

Liiketoimintasuunnitelma Meksikoon perustettavalle voh- velikahvilalle

Maria Hekkala

23.11.2017



Tekijä Maria Hekkala	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Liiketoimintasuunnitelma Meksikoon perustettavalle vohvelikahvilalle	Sivu- ja liitesivumäärä 33+ 18
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia liiketoimintasuunnitelma Meksikoon Querétaron kaupunkiin perustettavalle vohvelikahvilalle. Kahvilan tarjontaan kuuluu belgialaiset Liege-vohvelit sekä erilaiset kylmät ja kuumat juomat. Alueella ei ole tarjolla vastaavia tuotteita. Tulleva yrittäjä on asunut aiemmin Meksikossa, mutta hänellä ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä.</p> <p>Teoriaosuudessa tarkastellaan millainen kaupunki Querétaro on liiketoimintaympäristönä. Sitä käsitellään taloudellisesta, poliittisesta, sosiaalisesta sekä teknologisesta näkökulmasta. Querétaro on kasvava teollisuuskaupunki Keski-Meksikossa, joka on tunnettu kauniista luonnosta ja historiasta. Querétaro tarjoaa hyvät mahdollisuudet ulkomaalaiselle yrittäjälle ja kaupungissa on jo yli 1300 kansainvälistä yritystä.</p> <p>Teoriaosuudessa on myös tarkasteltu miten luoda aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Tärkeitä asioita, joita aloittavan yrityksen tulisi käydä läpi liiketoimintasuunnitelmaansa, ovat muun muassa yrittäjän esittely, liikeidea, strategia, kilpailijat ja markkinat, markkinointi, talouslaskelmat ja SWOT analyysi. Näitä asioita tarkastelemalla liiketoimintasuunnitelmasta on mahdollista saada monipuolinen kokonaisuus.</p> <p>Produktin tuotoksesta, eli aloittavan vohvelikahvilan liiketoimintasuunnitelmasta, tuli kattava ja informatiivinen. Produkti tehtiin syksyllä 2017. Liiketoimintasuunnitelma pitää sisällään kaikki ne aiheet, joita käytiin läpi opinnäytetyön teoriaosuudessa liittyen aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelman sisältöön. Kuvat ja tekstit havainnollistavat liikeideaa. Vohvelikahvilan perustaminen liiketoimintasuunnitelman avulla on realistista ja yrittäjän tavoitteena on avata vohvelikahvila vuonna 2018 liiketoimintasuunnitelmaa apua käyttäen.</p>	
Asiasanat Liiketoimintasuunnitelma, Meksiko, kahvila, vohveli	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Querétaro liiketoimintaympäristönä	3
2.1	Meksiko, Querétaro	4
2.2	Taloudellinen ympäristö	6
2.3	Poliittinen ympäristö	10
2.4	Sosiaalinen ympäristö	11
2.5	Teknologinen ympäristö	12
3	Start up yrityksen liiketoimintasuunnitelman luominen	14
3.1	Yrittäjän tausta ja osaaminen	15
3.2	Liikeidea	16
3.3	Strategia	17
3.4	Kilpailijat ja markkinat	18
3.5	Markkinointi	20
3.6	Talouslaskelmat	22
3.7	SWOT analyysi	23
4	Liiketoimintasuunnitelman toteutus	25
4.1	Tavoitteet	26
4.2	Suunnittelu	27
4.3	Liiketoimintasuunnitelman sisältö	30
4.4	Lopputulos	32
5	Pohdinta	33
	Lähteet	34
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma	40

1 Johdanto

Yksi tämän hetken suosituimmista ruokatrendeistä maailmalla ovat vohvelit. Ensimmäiset vohvelit valmistettiin jo keskiajalla ja niistä on kehitelty monia erilaisia versioita valmistustapaa ja reseptiä muuntamalla. Erityisesti Belgia tunnetaan vohveliparatiisina. Tämän trendiherkun vahvuus on sen loputon muunneltavuus; lukemattomien erilaisten suolaisten ja makeiden täytteiden ansiosta jokaiselle löytyy omaan makuun sopiva vaihtoehto. Perinneherkku on lyönyt itsensä läpi ruokatrendien viidakossa ja vohvelibuumi on yllättänyt monet kahvilat ympäri maailman. Nyt monet yrittäjät ovat lanseeranneet vohvelimenut omissa kahviloissaan suuren kysynnän vuoksi. Maailmalla menestyneitä vohvelikahviloita ovat esimerkiksi englantilainen The Wafflemeister ja saksalainen Wonder Waffel. Niillä on toimipisteitä Euroopassa, Lähi-Idässä ja Aasiassa.

Asuessani vuonna 2016 yliopistokaupunki Querétarossa Meksikossa huomasin kuinka alueelta puuttuu trendikäs eurooppalaistyylinen kahvila. Yritysideani vohvelikahvilasta syntyi kuin itsestään. Meksikolaiset ovat suuria makean ystäviä ja hyvin kiinnostuneita eurooppalaisista ruokatrendeistä. Uskon aidosti että idealleni olisi paljon kysyntää alueella ja siksi haluan perustaa ensimmäisen yritykseni Querétaroon. Monipuolinen ravintola-alan työkokemukseni sekä kiinnostukseni yrittäjyyttä kohtaan tulevat olemaan iso apu yritystä perustettaessa.

Opinnäytetyöni on produktityyppinen opinnäytetyö. Produktina teen liiketoimintasuunnitelman vohvelikahvilalle, jonka perustan Querétaroon Meksikoon vuoden 2018 aikana. Vohvelikahvilassa tarjoillaan visuaalisesti kauniita ja maukkaita belgialaisia vohveleita eri täytteillä. Juomalistalta löytyy erilaisia kylmiä juomia ja erikoiskahveja.

Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee Querétaroa liiketoimintaympäristöä sekä startup-yrityksen liiketoimintasuunnitelman luomista, sillä nämä aiheet tukevat toteutettavaa produktia. Opinnäytetyössä ei käydä läpi eri yritysmuotoja eikä yrityksen perustamisen eri vaiheita, vaan keskitytään liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Tietoperustan jälkeen käydään läpi liiketoimintasuunnitelman eli produktin toteutuksen eri vaiheita. Pohdintaosuus on opinnäytetyön viimeinen osuus. Valmis startup-yrityksen näkökulmasta tehty liiketoimintasuunnitelma löytyy liitteenä opinnäytetyön lopusta. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu yrittäjän perustiedot, liikeidea, yritysstrategia, kilpailijat ja markkinat sekä yrityksen

markkinointi. Nämä aiheet valikoituivat olennaisimmiksi aiheiksi vohvelikahvilan perustamista ajatellen, sillä on kyse aloittavasta pienyrityksestä. Talouslaskelmien osuus on jätetty pienemmäksi, sillä ne tulevat selkenemään vasta vuoden 2018 aikana yrityksen löydettyä sopivan liiketilan. Liiketoimintasuunnitelmaan kuuluu myös SWOT-analyysi.

Tavoitteena on laatia mahdollisimman selkeä ja realistinen liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselleni, sillä se on yrityksen ohjenuora ja pohja perustamisvaiheessa sekä liiketoiminnan aikana. Tavoitteenani on perustaa Querétaroon tuottava ja vakavarainen vohvelikahvila vuoden 2018 aikana laatimani liiketoimintasuunnitelman avulla.

2 Querétaro liiketoimintaympäristönä

Liiketoimintaympäristöllä tarkoitetaan yrityksen ulkoista ympäristöä, joka pitää sisällään ympäristön poliittiset, taloudelliset, lainsäädännölliset, sosiaaliset, kulttuuriset, fyysiset sekä teknologiset tekijät. (Grant, 2008). Yrityksien toimintaympäristöt muuttuvat jatkuvasti ja muutosten ennustettavuus on vaikeutunut. Muutoksen taustalla vaikuttavat monet eri ilmiöt, kuten kiristynyt globaali kilpailu, teknologian kiihtynyt kehitys, muuttuvat asiakastarpeet, ympäristöasioiden kasvava merkitys ja uuden tiedon lisääntyminen. (Kinkki & Iso-kangas 2009, 271.)

Querétaro ja Meksiko ylipäätään voivat olla haastavia liiketoimintaympäristöjä ulkomaiselle yrittäjälle muun muassa monimutkaisen lainsäädännön sekä kulttuurierojen takia. On hyvin tärkeää tuntea tulevan yrityksen liiketoimintaympäristö ennen yrityksen perustamista. Meksikon taloudelliset, poliittiset, sosiaaliset sekä teknologiset tekijät ovat hyvin erilaisia verrattuna esimerkiksi Euroopan vastaaviin.

Querétaro on Keski-Meksikossa sijaitseva osavaltio, jonka pääkaupunki on Santiago de Querétaro. Querétaron metropolialueen väkiluku on kasvanut 42 prosenttia viimeisen kymmenen vuoden aikana. Kansainvälisten yritysten määrä on lisääntynyt huomattavasti alueella, sillä vuonna 2013 niitä oli jo yli 1 300. Yhteensä yrityksiä Querétarossa on 18 881. Querétaron osavaltion päättäjät ovat sitoutuneet osavaltion koulutusjärjestelmän parantamiseen ja heidän tavoitteenaan on olla Meksikon kouluttautunein osavaltio. Meksikon ensimmäinen täysin yhdysvaltalainen yliopisto Arkansas State University avataan pian Querétaroon. (Industry Week, 2016.)

Tässä luvussa keskitytään Querétaroon ja sen erityispiirteisiin liiketoimintaympäristönä. Ensin kerrotaan perustietoja Meksikosta ja Querétarosta, jonka jälkeen kaupunkia tarkastellaan taloudellisesta, poliittisesta, sosiaalisesta ja teknologisesta näkökulmasta.

2.1 Meksiko, Querétaro

Meksikossa on 119,5 miljoonaa asukasta ja se on väkiluvultaan maailman 11. suurin valtio. (INEGI, 2015). Se sijaitsee Pohjois-Amerikan mantereeseen eteläisessä kärjessä sekä Keski-Amerikan pohjoisimmassa osassa. Meksikon naapurimaat ovat pohjoisessa Yhdysvallat sekä etelässä Guatemala ja Belize. Meksikon itäpuolella on Meksikonlahti ja Karibi-anmeri ja lännessä Tyynivaltameri. Meksiko on pinta-alaltaan 1 967 183 neliökilometriä eli se on noin kuusi kertaa Suomen kokoinen. Meksikon suuren pinta-alan ja korkeuserojen takia ilmasto vaihtelee suuresti maan eri osissa. Karkeasti eroteltuna Meksikossa on kolme eri ilmastovyöhykettä: trooppinen sadevyöhyke, lauhkea sadevyöhyke ja kuivavyöhyke. Querétaro kuuluu kuivaan vyöhykkeeseen. (Ulkoasiainministeriö, 2014.)

Meksiko on etnisesti hyvin moniulotteinen maa. Meksikolainen identiteetti on sekoitus eurooppalaisen kulttuurin ja alueen alkuperäisasukkaiden kulttuurien yhteensulautumisesta. Tänä päivänä Meksikossa asuu yli 26 miljoonaa alkuperäiskansoihin kuuluvaa ihmistä ja maassa puhutaan edelleen monia eri heimokieliä kuten mayaa, totonacaa ja zapotecaa. Meksikon nimi tulee nahuatl-heimokielestä ja se tarkoittaa kuun napaa. Maan virallinen nimi on Meksikon Yhdysvallat (Estados Unidos Mexicanos) mutta usein kuullaan puhuttavan myös Meksikon tasavallasta (Republica Mexicana). (El Agave, 2017.)

Meksikon väestöstä noin 50 prosenttia asuu maan keskiosassa ja sen osuus koko maan BKT:stä on noin 60 prosenttia. Maan pohjoisosa on maantieteellisesti suuri mutta harvaan asuttu. Maan pohjoisosa on pääosin rikasta aluetta. Maan eteläosa on muita osia köyhempi ja harvemmin asuttu kuin maan keskiosa. Meksikossa turismi keskittyy itä- ja länsirannikoille sekä pääkaupunkiin. Vilkkaita turismialueita ovat muun muassa Baja California, Puerto Vallarta, Acapulco ja Riviera Maya. Maan väestöstä noin 10 prosenttia voidaan luokitella rikkaiksi, 10 prosenttia ylemmäksi keskiluokaksi, 40 prosenttia alemmaksi keskiluokaksi ja loput 40 prosenttia elävät köyhyysrajan alapuolella. Rikkaimmilla on varaa opiskella yksityiskouluissa, omistaa talo hyvältä alueelta ja matkustaa ulkomailla kun taas maan köyhimmillä ei ole varaa ostaa edes peruselintarvikkeita. Meksikolaisista roomalaiskatolisia on 76,5 prosenttia. (FINPRO, 2010.)

Meksiko on yksi maailman tunnetuimmista matkailumaista. Vuonna 2016 maassa vieraili 35 miljoonaa turistia ja se oli maailman kahdeksanneksi vieraillun maa jättäen jälkeensä

Thaimaan ja Turkin. Meksikossa vierailevista ulkomaisista matkailijoista 50 prosenttia on Yhdysvalloista. Myös kanadalaisten turistien määrä on lisääntynyt. Meksikoon saavutaan useimmiten lentokoneella ja matkailijat kuluttavat vierailunsa aikana noin 500 dollaria per henkilö. (El Universal Querétaro, 2016.) Meksikossa on monia vetovoimaisia matkakohhteita kuten paratiisirantoja, muinaisia raunioita, ja siirtomaa-aikaisia värikkäitä kaupunkeja. Meksikosta löytyy yli 175 eri luonnonsuojelualuetta, joista kuusi on UNESCO:n maailmanperintökohteita. Meksikossa on yhteensä 34 UNESCO:n maailmanperintökohdetta, johon kuuluu muun muassa Morelian ja Pueblan historialliset vanhat kaupungit. Meksikon upeassa luonnossa on mahdollista vaelttaa, meloa, sukeltaa ja snorklata. (UNESCO 2017.)

Querétaro on Meksikon keskiosassa sijaitseva osavaltio, joka koostuu 18:sta eri pienemmästä kaupungista ja se on pinta-alaltaan 0,6 % koko Meksikon pinta-alasta. Querétaron osavaltion pääkaupunki on Santiago de Querétaro. Pääkaupungissa on noin 875 000 asukasta ja koko osavaltiossa noin 2 035 000 asukasta, joka on 1,7 % koko Meksikon asukasmäärästä. Querétaron kaikista asukkaita 70 % asuu kaupungeissa ja 30 % maaseudulla. Querétaron asukkaista 3,9 % elää äärimmäisessä köyhyydessä. Alueella asuu myös Meksikon alkuperäisasukkaita, sillä kaksi prosenttia osavaltion asukkaista puhuu heimokieliä. (INEGI, 2015.)

Osavaltio tunnetaan erityisesti kauniista luonnosta, historiallisista nähtävyyksistä, monipuolisesta ruokatarjonnastaan ja ystävällisistä ihmisistä. Ilmasto on miellyttävä vuoden ympäri ja keskilämpötila vaihtelee 16 ja 22 asteen välillä. Kylmin aika Querétarossa on marraskuusta helmikuuhun. Osavaltio panostaa matkailuun ja tarjoaa paljon materiaalia kaupungin matkailuneuvonnassa ja internetsivuilla. Kaupungin vanha keskusta ja luminen Sierra Gorda -vuori vetävät puoleensa vierailijoita. Osavaltion läpi kulkeva taide-juustoviini – reitti on suosittu ja Freixenetin viinitila on käymisen arvoinen. (Secretaria de Turismo del Estado de Querétaro, 2017.) Vuonna 2014 Querétarossa vieraili 1 590 425 meksikolaista ja 95 214 ulkomaalaista matkailijaa. Yhteensä vierailijoita oli 1 685 640. (Entorno Turístico, 2014.)

Rikosten määriä vertaamalla Querétaro on Meksikon kahdeksanneksi rauhallisin osavaltio maan kolmestakymmenestä kahdesta osavaltiosta. Meksikon kolme rauhallisinta osavaltiota ovat Yucatán, Nayarit ja Tlaxcala ja kolme rauhattominta Sinaloa, Colima ja Guerrero. Meksikon turvallisuustilanne muuttuu vuosittain ja murhien ja väkivaltaisten rikosten

määrä on vähentynyt. Meksiko on lähes 14 prosenttia turvallisempi kuin vuonna 2011, jolloin maan rikostilastot olivat huipussaan. (Vision of Humanity, 2017.)

Meksikossa on paljon hyviä ja huonoja puolia yritystoimintaa ajatellen. Meksikon markkinapotentiaali on erinomainen useilla eri teollisuussektoreilla sekä kulutustavarapuolella hallituksen investointien ja ostovoiman kasvun ansiosta. Oikeiden yhteistyökumppaneiden ja kontakteiden löytäminen voi olla aluksi haastavaa, mutta se on välttämätöntä yritystoiminnan kannalta. Luotettavien yhteistyökumppaneiden löydyttyä meksikolaisten kanssa on mukava tehdä kauppaa, sillä he ovat kohteliaita ja avuliaita. Huonoiksi puoliksi voidaan luetella maan riippuvuus Yhdysvalloista, sillä suurin osa maan ulkomaankaupasta kohdistuu naapurimaahan. Näin ollen Yhdysvaltojen poliittiset päätökset heijastuvat herkästi Meksikon talouteen. Myös yrityslainan ottaminen Meksikossa voi tulla yllättävän kalliiksi korkean lainakorkotason takia. Team Finlandilla on toimintaa myös Meksikossa ja he auttavat suomalaisia yrityksiä kansainvälistymään ja verkostoitumaan Meksikon markkinoilla. (FINPRO 2010.) Noin 70:lla suomalaisella yrityksellä on paikallinen edustaja Meksikossa. Suurin suomalainen työnantaja Meksikossa on Elcoteq, jolla on noin 3000 työntekijää. Yli 30:lla suomalaisyrityksellä on tytäryhtiöitä Meksikossa ja muun muassa. Perloksella, Nokialla, Kemiralla ja Viskolla on tuotantolaitoksia Meksikossa. Suomen Pankin tilastojen mukaan vuonna 2013 suomalaisten suorien sijoitusten määrä Meksikossa oli noin 80 miljoonaa euroa. (Suomen ulkoasiainministeriö, 2014.)

2.2 Taloudellinen ympäristö

Taloudellisilla tekijöillä tarkoitetaan muun muassa talouden kasvua ja suhdanteita, inflaatiota, valuuttamuutoksia sekä työvoimaa. (Hatch, 2006). Taloudellinen kehitys vaikuttaa tuotteiden ja raaka-aineiden hintaan ja kysyntään. Yritykselle on olennaista tietää onko tuotannontekijöiden hinnoissa odotettavissa olevia muutoksia. Elintason mahdollinen nousu tai lasku vaikuttavat kuluttajien ostovoimaan ja sitä kautta myös tuotteiden kysyntään. Korkotasojen muutokset sekä inflaatio on otettava huomioon yrityksen toiminnassa. (Opetushallitus, 2014.)

Meksiko on maailman 15. suurin talous ja maassa on iso ostovoimainen keskiluokka. Meksikossa on paljon luonnonvaroja, kuten öljyä, mutta sen talous ei perustu täysin

raaka-aineiden vientiin vaan myös maan omaan teollisuuteen. Meksikon sijainti on erinomainen, sillä maasta on pääsy Pohjois-, Keski- ja Etelä-Amerikkaan sekä Eurooppaan ja Aasiaan, jotka ovat maailman suurimpia kuluttajamarkkinoita. Maalla on lukuisia vapaa-kauppasopimuksia, joiden avulla yritykset voivat viedä vapaasti tuotteitaan Yhdysvaltoihin sekä Latalaiseen Amerikkaan. Meksikon yksi suurimmista haasteista on se, että iso osa maan kansalaisista elää vielä köyhyysrajan alapuolella. Työntekijöiden minimipalkka on 4,5 dollaria päivää kohden. Meksikon vienti nousi vuonna 2013 ennätyksellisesti 380 miljardiin dollariin ja noin 80 prosenttia siitä suuntautui Yhdysvaltoihin. (Kauppapolitiikka, 2015.) Vertauksena Suomen vienti vuonna 2013 noin 66 miljardia dollaria.(Tulli, 2015).

Meksiko tarjoaa hyvät mahdollisuudet myös ulkomaalaiselle yrittäjälle. Yrittäjän ei tarvitse olla Meksikon kansalainen perustaakseen yrityksen Meksikossa. Hyvän liikeidean ja valmiin liiketoimintasuunnitelman jälkeen yrittäjän täytyy ensin rekisteröidä yrityksen nimi ja ilmoittaa yritys verorekisteriin. Jos yrittäjä haluaa palkata työntekijöitä heidät pitää rekisteröidä "Instituto Mexicano del Seguro Social" virastossa. Ravintolaa tai kahvilaa perustaessa yrittäjä tarvitsee luvan paikallisilta viranomaisilta sekä Secreteria de Salud virastosta. Työviisuminen hankkiminen voi olla kaikista haasteellisoin ja aikaa vievin prosessi ulkomaalaiselle yrittäjälle, sillä 180 vuorokauden turistiviisumilla ei ole mahdollista tehdä töitä. Työluvan hakemiseen edellytetään työtarjousta yritykseltä, joka on rekisteröitynyt Meksikossa. (Small Business Trends, 2016.)

Meksikossa yleisimmät yritysmuodot ovat Sociedad Anonima (S.A) ja Sociedad de Responsibilidad Limitada (S.R.E.). Molemmat yritysmuodot ovat sopivia ulkomaiseen omistukseen. Osakkaita on oltava aina kaksi, mutta toinen osakkaista voi omistaa jopa 99 % yrityksestä. Sociedad Autonoma sopii isoille yrityksille, joilla on suuri liikevaihto kun taas Sociedad de Responsibilidad Limitada sopii pienemmille yrityksille ja on yksinkertaisempi rekisteröidä. (Secretaria de Economia, 2012.) Meksikossa tuloveroprosentti vaihtelee tulojen mukaan 1.92 prosentista 35 prosenttiin. Työluvalla töitä tekevien ulkomaalaisten täytyy maksaa veroja 15 prosentista 30 prosenttiin. Yritysten on maksettava 30 prosenttia yritysveroa. Arvolisäveroa maksetaan lähes kaikista tuotteista ja palveluista 16 prosenttia. Verotuksessa ei ole eroja osavaltioiden välillä eikä valtio tue aloittavia yrittäjiä. (International Living, 2017.)

Trading Economics verkkosivut ovat koonneet eri maiden korkotasoja. 2000-luvulla Meksikon korkotaso on ollut korkeimmillaan vuonna 2015 sen ollessa 9,25 prosenttia ja alimmillaan se on ollut 3 prosenttia vuonna 2014. Tänä vuonna se on 7 prosenttia. Suomen korkotaso on ollut korkeimmillaan 4.75 prosenttia vuonna 2000 ja alimmillaan 0 prosenttia vuonna 2016. Meksikossa on korkeampi korkotaso kuin monissa Euroopan maissa. Meksikon työttömyysprosentti on ollut viime vuosina noin 3,6 prosenttia ja eläkeikä on 65 vuotta. (Trading Economics 2017.)

Meksikolaisten tavat liike-elämässä ovat hyvin eurooppalaistyylliset. Liike-elämä on hierarkkista ja päätökset tekee esimies. Siististi pukeutuminen on tärkeää, ja palveluammatteissa asiakkaita ja esimiehiä teititellään. Meksikossa työviikko on maanantaista lauantaihin ja sunnuntai pidetään lepopäivänä. Uskonnolla ei ole suurta merkitystä työelämässä. (FINPRO 2010.)

Yksi Meksikon suurimmista ongelmista on kansalaisten väliset tuloerot. Bruttokansantuotetta tarkastelemalla Meksiko kuuluu maailman neljäntoista rikkaimman maan joukkoon vaikka yli puolet sen kansalaisista elää köyhyydessä. Oxfam raportin mukaan yksi prosentti Meksikon väestön eliitistä omistaa puolet kaikkien meksikolaisten yhteenlasketusta omaisuudesta. Maailman toiseksi rikkain mies on tietoliikennealalla rikastunut meksikolainen Carlos Slim noin 50 miljardin dollarin omaisuudellaan. Suuret tuloerot tuovat mukanaan monia ongelmia ja lisäävät kansalaisten eriarvoisuutta. (Telesur 2015.)

Vuonna 2015 El Financiero raportoi Querétaron teollisuuden olevan kasvussa vakaiden taloudellisten olosuhteiden ja vahvan keskiluokan ansiosta. Querétarossa on maan toiseksi korkein tulotaso, joka on keskimäärin 10 000 pesoa eli noin 500 euroa kuussa. Maan kansallinen keskiarvo on 5 900 pesoa eli alle 300 euroa kuussa. Querétaron hyvä koulutustaso näkyy myös ostovoiman kasvuna ja alueelle rakennetaan nopeaan tahtiin lisää kauppakeskuksia, hotelleja ja taloja. (El Financiero 2015.)

Ravintola- ja kahvilaliiketoiminta on Meksikossa hyvin aktiivista ja se jatkaa kasvuaan. Meksikossa on yli 450 000 ravintolaa ja erityisesti pikaruokapaikkojen ja pizzerioiden määrä on lisääntynyt huomattavasti. (Forbes México 2016.) Meksikon ravintoloista 96 prosenttia on pieniä tai keskisuuria ravintolayrityksiä. Loput neljä prosenttia ovat isoja ketju-

yrittäjiä, kuten japanilaista ruokaa tarjoava ravintolaketju Sushi Itto, jolla on yli 120 ravintolaa Meksikossa. Ravintola-ala on maan toiseksi suurin työllistäjä heti turismin jälkeen. (Secretaria de Economía, 2012.) Ravintoloiden määrä Querétarossa on lähes tuplaantunut seitsemän vuoden aikana, sillä vuonna 2009 ravintoloita oli 5712 mutta viime vuonna niitä oli jo 9 602. (Códice Informativo, 2016).

Kuten aiemmin mainittu, kauppakeskusten määrä on kovassa kasvussa Querétarossa. Tällä hetkellä kaupunkiin ollaan rakentamassa Meksikon suurinta kauppakeskusta. Paseo Querétaro kauppakeskukseen tullaan rakentamaan liiketilojen lisäksi asuinhuoneistoja, toimistoja, hotelli sekä pienoishuvipuisto ja maailmanpyörä. Sen kokonaispinta-ala tulee olemaan 73 505 neliömetriä, joista 58 505 neliömetriä on liiketilaa. Querétaron suosio kasvaa sijoittajien keskuudessa ja vuonna 2016 se veti puoleensa yli 1 423 yritystä, jotka toivat 16 557 uutta työpaikkaa. (El Financiero, 2016.) Paikallisen välitysfirman mukaan noin 60 neliömetrin kokoisen liiketilan kuukausivuokra pienessä kauppakeskuksessa on 275 - 750 euroa sijainnista riippuen. Uuden Paseo- kauppakeskuksen liiketilojen vuokria ei vielä tiedetä. (Vivanuncios, 2017.)

Querétaro on neljänneksi suosituin kotimaan matkailukohde Meksikolaisten keskuudessa ja se tarjoaa paljon tekemistä erityisesti taiteen, historian ja ruuan ystäville. Matkailuala on kovassa kasvussa Querétarossa ja se näkyy erityisesti majoituskapasiteetin lisääntymisessä. Osavaltion pääkaupungissa hotellien keskiverto käyttöaste on 60 prosenttia. Viimeisen puolen vuoden aikana kaupunkiin on avattu 30 uutta hotelliä, joista suurin osa ovat boutique- tyyliä hotelleja. Uudet hotellit tarjoavat 363 uutta hotellihuonetta alueen matkailijoille. Kesästä 2016 kesään 2017 Querétaro veti puoleensa lähes 2,7 miljoonaa matkailijaa ja viimeisen vuoden aikana kaupungissa järjestettiin 277 erilaista tapahtumaa ja kongressia jotka toivat mukanaan 305 000 osallistujaa. (El Economista, 2017.)

Querétaro tunnetaan monien eri kansainvälisten teollisuusyritysten kotipaikkana. Viisi suurinta teollisuuden alaa kaupungissa ovat ilmailu- ja avaruusteollisuus, autoteollisuus, IT, kodinkoneet sekä ruokateollisuus. Suuria alueella toimivia kansainvälisiä yrityksiä ovat muun muassa Airbus, Michelin, Huawei, Samsung, Siemens, Mars ja Nestle. Kansainväliset yritykset ovat tuoneet alueelle paljon ulkomaalaisia työntekijöitä erityisesti Yhdysvalloista sekä Koreasta. (The Offshore Group, 2016.)

2.3 Poliittinen ympäristö

Poliittisilla tekijöillä viitataan usein paikalliseen ja valtiolliseen hallintoon, kansainvälisiin järjestöihin (esimerkiksi YK, EU), sosiaali- ja veropolitiikkaan sekä lainsäädäntöön. (Hatch, 2006). Poliittisten päättäjien toimet vaikuttavat yrityksen toimintaan monella eri tavalla. Yleinen asenne ja ilmapiiri yritystoimintaa kohtaan näkyvät usein poliittisissa päätöksissä. Lainsäädännön muutokset liittyen esimerkiksi työ- ja tuoteturvallisuuteen vaikuttavat yritykseen sekä kuluttajiin. (Opetushallitus, 2014.)

Meksiko on liittovaltio ja se koostuu 32 osavaltiosta. Maan presidentti valitaan suorilla vaaleilla kuudeksi vuodeksi kerrallaan ja häntä ei voi valita uudelleen seuraavalle kaudelle. Presidentti nimittää hallituksen ja on hallinnon sekä armeijan päällikkö. Meksikon presidentti on Enrique Peña Nieto, mutta seuraavat presidenttivaalit ovat jo vuonna 2018. Meksikossa on järjestäytyntä rikollisuutta ja se näkyy Meksikon turvallisuustilanteessa. Erityisesti huumekauppa ja siihen liittyvä rikollisuus ja väkivalta ovat vakavia ongelmia Meksikossa. Huumekartellit taistelevat keskenään ja heillä on paljon valtaa paikallisesti mutta myös maanlaajuisesti. Maalla on ollut myös ongelmia alkuperäisväestön kansalaisoikeuksien suojelemisessa ja sananvapauden turvaamisessa. Väestö pakkautuu suuriin kaupunkeihin ja isot kaupungit jatkavat kasvuaan. Työperäinen laillinen ja laitton maahanmuutto Yhdysvaltoihin on suurta. (Globalis, 2016.)

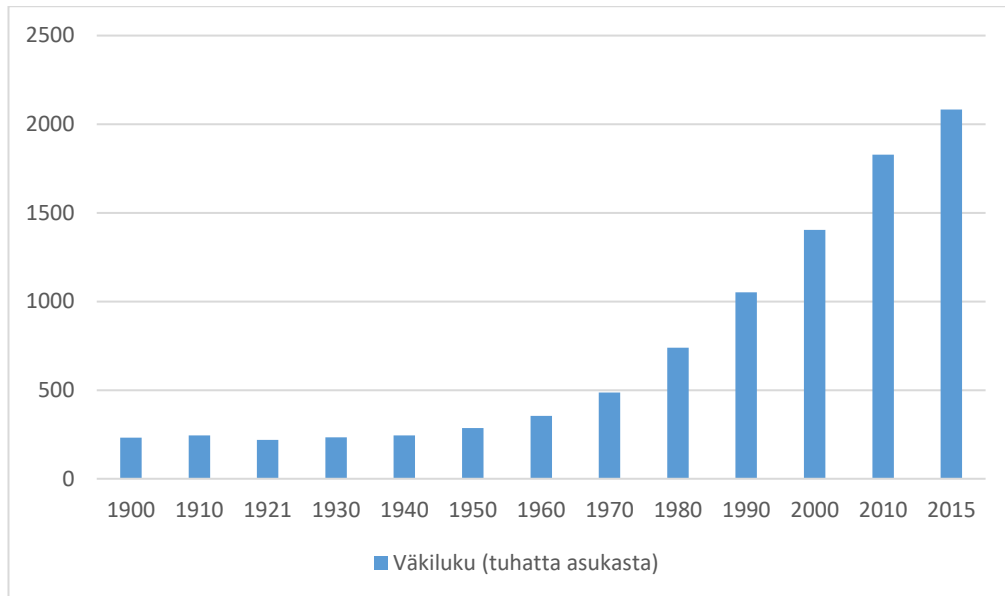
Meksikossa esiintyy myös korruptiota. Transparency International – organisaation vuoden 2016 korruptiotilastoissa Meksikon indeksiluku oli 30 asteikolla 0-100. Tulokseksi alle 50 saaneissa maissa esiintyy huomattavasti korruptiota. Viime vuosien aikana maan tulos on heikentynyt sillä vielä vuonna 2014 Meksikon indeksiluku oli 35. Suomen indeksiluku oli 89 vuonna 2016 ja se oli maailman kolmanneksi vähiten korruptoitunut valtio Tanskan ja Uuden Seelannin jälkeen. Kaikkien maailman maiden keskiarvoindeksiluku oli 43, joka tarkoittaa että Meksikossa esiintyy keskimääräistä enemmän korruptiota. (Transparency International, 2016.) Forbes Méxicon mukaan joka viides yritys on joutunut korruption uhriksi viimeisen kahden vuoden aikana. Korruptio heikentää kansalaisten ja hallituksen välistä luottamusta ja huonontaa maan taloutta. Se näkyy esimerkiksi ylimääräisinä maksuina ja lahjontana. (El Forbes México, 2017.)

Yhdysvaltojen presidentti Donald Trump on uhannut rakentaa Meksikon ja Yhdysvaltojen välille muurin ja vaatii Meksikoa maksamaan kulut. Valtioilla on yhteistä rajaviivaa 3 100 kilometriä ja se on aidattu lähes koko matkalta. Kulut maksettaisiin esimerkiksi kiristämällä verotusta sekä tullimaksuja ja nostamalla viisumimaksuja. Mitään ei ole vielä päätetty, mutta keskustelu on käynyt kiivaana. Meksikolaisten tuotteiden viennin kiristämisellä olisi merkittäviä seurauksia Meksikon taloudelle, sillä lähes 80 prosenttia maan viennistä kohdistuu Yhdysvaltoihin. Poliitikassa tapahtuvat muutokset heijastuvat herkästi yrityksiin ja asiat voivat muuttua lyhyellä aikavälillä. (BBC, 2017.)

2.4 Sosiaalinen ympäristö

Sosiaaliset liiketoimintaympäristön tekijät ovat esimerkiksi väestönrakenne ja sen kehitys, tulojen jakautuminen, koulutustaso ihmisten arvot ja asenteet, elämäntyylin muutokset sekä kulutustottumukset ja ostokäyttäytyminen. Sosiaaliset tekijät vaikuttavat kuluttajakäyttäytymiseen. (Hatch, 2006).

Querétaron osavaltion pääkaupungissa Santiago de Querétarossa on noin 875 000 asukasta ja kaupungin asukasluku kasvaa vuosittain. Alueelle rakennetaan koko ajan uusia asuinalueita, kouluja ja kauppakeskuksia, sillä kaupunki jatkaa kasvamistaan. Querétarossa asukkaita on 174 per neliökilometri. Eliniänodote koko Meksikossa on miehillä 72,3 ja naisilla 77,7, mutta Querétaron alueella se on hieman korkeampi miehillä 72,8 ja naisilla 78,1. Tilastojen mukaan naiset elävät kauemmin Meksikossa kuin miehet. Vuonna 2015 Querétaron asukkaista 48,7 % oli miehiä ja 51,3 % naisia. Miehiä suurimmat ikäluokat olivat 20 -24 -vuotiaat, 5-9 -vuotiaat sekä 10 -14 -vuotiaat. Naisten osalta suurimmat ikäluokat olivat 20 -24- vuotiaat, 10 -14 vuotiaat sekä 15 -19 -vuotiaat. Vuonna 2013 Querétarossa syntyi 41 817 lasta ja kuoli 8 835 ihmistä eli ihmisiä syntyi nopeampaan tahtiin kuin kuoli. Yleisimmät kuolinsyyt olivat sydänsairaudet, diabetes ja syöpä. 70 % osavaltion asukkaista asuu kaupungeissa ja 30 % maaseudulla. Vuoden 2010 tehdyn tutkimuksen mukaan yhdeksänkymmentäneljä sadasta ulkomaalaisesta maahanmuuttajasta ovat kotoisin Yhdysvalloista ja loput kuusi muista maista. (INEGI 2015.)



Kuvio 1: Querétaron osavaltion väkiluku

Kuvio 1 kertoo Querétaron osavaltion väkiluvun huomattavasta kasvusta. 1900 – luvun alussa se on ollut noin 200 000, mutta vuonna 2015 väkiluku oli noussut jo yli kahteen miljoonaan. Osavaltion väkiluku jatkaa kasvuaan ja moni muuttaa Querétaroon, sillä alueella on tarjolla paljon työpaikkoja. (INEGI, 2015.)

2.5 Teknologinen ympäristö

Teknologisilla tekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi infrastruktuuria, valmistus ja tuotantoteknologiaa sekä informaatioteknologiaa. (Hatch, 2006). Teknologian kehityksellä voi olla yllättäviä vaikutuksia. Tietoliikenneteknologian kehittyminen ja tiedonsiirron nopeutuminen voivat luoda uusia mahdollisuuksia yritykselle. Toisaalta tuotantomenetelmien kehittyminen ja korvaavat tuotteet voivat vaikuttaa koko toimialaan radikaalisti. (Opetushallitus, 2014.)

Teknologinen liiketoimintaympäristö voi olla Meksikossa arvaamaton ja osittain kehittymätön. Meksikon infrastruktuuri on paikoittain vielä alkutekijöissä. Tiet ovat usein huonossa kunnossa ja ne ruuhkautuvat helposti, sillä meksikolaiset suosivat autoilua. Välimatkat ovat pitkiä ja siksi auton omistaminen on lähes välttämätöntä Meksikossa ja Querétarossa. Querétarossa julkinen liikenne rajoittuu busseihin, jotka voivat olla vaarallisia ja huonokuntoisia. Alueella ei ole metroa, raitiovaunuja eikä junia, mutta taksit ja Uber ovat

suosittuja. Querétarossa aloittavan yrityksen on mietittävä hyvin tarkkaan yrityksen sijainti, sillä sen on oltava helposti lähestyttävä autolla ja parkkipaikkoja on löydettävä tarpeeksi.

Vuonna 2015 Meksikon hallitus lupasi parantaa maan infrastruktuuria ja tehdä siihen liittyviä investointeja noin 450 miljardin edestä vuoteen 2018 mennessä. Maan hallitus aikoo rakentaa hyvillä liikenneyhteyksillä varustettuja satamia isoille, moderneille laivoille sekä rakentaa koko maan kattava 4G – verkko. Meksikon koulutusjärjestelmää on alettu myös uudistamaan ja maan kielitaitoiset ja koulutetut nuoret takaavat hyvän tulevaisuuden Meksikolle. (Kauppapolitiikka, 2015.)

Internet yhteydet kaupungissa ovat parantuneet huomattavasti, mutta niiden saaminen syrjäisemmille alueille on haastavaa. 4G verkkoa ollaan laajentamassa ja se kattaa Querétaron suosituimmat asuinalueet. Querétaron suurimmat Internet yhteyksien tarjoajat ovat Telcel ja Movistar. (Movistar, 2017.)

Querétarossa on yksi lentokenttä ja muun muassa United, American Airlines ja AeroMexico ovat lentoyhtiöitä, joilla on lentoreittejä Querétarosta. Sisämaan lentoja löytyy muun muassa pääkaupunkiin, Cancuniin ja Acapulcoon. Ulkomaanlentoja on Yhdysvaltoihin neljään eri kohteeseen; Houstoniin, Dallasiin, Chicagoon ja Los Angelesiin. Muita ulkomaanreittejä ei ole. (Aeropuerto Intercontinental de Querétaro, 2016.) México Cityn lentokenttä on iso kansainvälinen kenttä, joka on muutaman tunnin ajomatkan päässä. Lentoyhteyksiä on ympäri maailman ja sieltä on hyvät pitkän matkan bussiyhteydet Querétaron keskusta. (Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, 2016.)

Vaikka Meksikon teknologinen liiketoimintaympäristö voi olla hankala, sitä ollaan jatkuvasti kehittämässä. Querétarossa on paljon teollisuutta ja isoja kansainvälisiä yrityksiä, joten osa tehtaista ja teollisuusalueista ovat hyvin kehittyneitä ja toimivia. Querétaro on kasvava osavaltio ja kaupunki, joten sen teknologinen liiketoimintaympäristö on myös kehityksen alla.

3 Startup -yrityksen liiketoimintasuunnitelman luominen

Startup-yrityksille ei ole yhtä tarkkaa määritelmää. Usein startup -yritys on innovatiivisiin ideoihin perustuva nuori yritys, joka on vielä kehittämässä ensimmäisiä tuotteitaan eikä välttämättä tuota vielä voittoa. Startup- yritykset tavoittelevat usein yritykselleen nopeaa kasvua, ja siksi niitä kutsutaan usein kasvuyrityksiksi. Startup -yritys on yleensä kasvuyritys, mutta kasvuyritys ei ole välttämättä startup- yritys. (Kielikello 2013.) Yritykset hakevat usein rahoitusta pääomasijoittajilta kasvun rahoittamiseksi. Suomalainen peliyhtiö Supercell on menestynyt startup- yritys. (Kauppalehti, 2014.)

Eheän ja kestävän yritystoiminnan takana on usein tarkkaan mietitty liiketoimintasuunnitelma. Ennen virallista yrityksen perustamista yrittäjän on laadittava yritykselleen kirjallinen liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma selkeyttää liiketoiminnan aloittamista ja sen avulla voi arvioida yritystoiminnan mahdollista kannattavuutta pitkällä aikavälillä ja mahdollisuuksia menestyä. Liiketoimintasuunnitelmassa esitellään yrityksen liiketoiminta, sen lähtökohdat ja tulevaisuuden tavoitteet. Se sisältää myös selkeän suunnitelman siitä, miten liikeidea käytännössä toteutetaan. Liiketoimintasuunnitelma on erittäin tärkeä työkalu yrittäjälle ja huolellisesti tehtynä se voi olla yrityksen apuna päivittäin muun muassa markkinoinnin ja sosiaalisen median strategian kautta. Sitä on hyvä käyttää aktiivisesti ja päivittää tarpeen tullen. Liiketoimintasuunnitelma auttaa yritystä päätöksen teossa ja yrityksen kehittämisessä. (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen & Siikavuo 2009, 51). Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on tärkeää myös sijoittajien ja lainantajien kannalta, sillä se antaa selkeän kuvan, millaisen yrityksen kanssa tulee tekemään yhteistyötä. (Keski-Uudenmaan Uusyrityskeskus, 2017).

Liiketoimintasuunnitelmalleja on monia erilaisia, joista yrittäjä voi valita yritystoimintalleen sopivimman vaihtoehdon. Liiketoimintasuunnitelmissa toistuu usein samat pääteemat kuten yrittäjän ja liikeidean esittely, tuotteet ja palvelut, asiakkaat ja markkinat sekä erilaiset talouslaskelmat. Yrittäjä voi halutessaan jättää pois tai lisätä lukuja omaan liiketoimintasuunnitelmaansa, sillä yhtä ainoa oikeaa tapaa tehdä liiketoimintasuunnitelmaa ei ole. Se ei ole ikuinen, vaan se voi kehittyä ja parantua liiketoiminnan myötä. (Yritys-Suomi, 2017.) Liiketoimintasuunnitelmaan on mahdollista liittää kuvia ja tehdä siitä visuaalisesti näyttävä.

Viime vuosina alan asiantuntijat ovat kuitenkin esittäneet eriäviä mielipiteitä kirjallisen liiketoimintasuunnitelman tärkeydestä. Sarjayrittäjä Ollis Leppänen on kirjoittanut vuonna 2013 ilmestyneen teoksen nimeltä ”Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin”. Hänen mielestään tärkeintä ei ole liiketoimintasuunnitelma eikä liikeidea, vaan keskittyminen intohimoi-
sesti omaan tekemiseen. Yritys voi saada alkunsa keskinkertaisesta tai tavallisesta ideasta, eikä yrityksen perustamiseen aina tarvita kuningasideaa tai tarkasti tehtyä liiketoimintasuunnitelmaa. (Leppänen, 2013.)

Opinnäytetyön kolmannessa luvussa käydään läpi nuoren yrityksen liiketoimintasuunnitelman luomisen pääteemoja ja mitä jokaisen luvun tulisi sisältää. Liiketoimintasuunnitelman luominen on hyvä apu uusille yrityksille, sillä se toimii suunnitelmana koko liiketoiminnalle. Opinnäytetyön teoriaosuus heijastuu opinnäytetyön produktiin joka on liiketoimintasuunnitelma uudelle, aloittavalle yritykselle.

3.1 Yrittäjän tausta ja osaaminen

Liiketoimintasuunnitelman ensimmäisessä osassa käydään usein läpi yrittäjän tai yrittäjien perustiedot kuten nimi, ikä, koulutustausta sekä erityisosaaminen ja aikaisempi työkokemus. Tässä osassa käydään myös läpi yrittäjän henkilökohtaiset vahvuudet ja heikkoudet yritystoimintaa ajatellen. (Nuoret Yrittäjät 2017.) Yrittäjän tulee pohtia, mitkä tekijät motivoivat häntä yrittäjyyteen ja listata omat yrittäjäominaisuudet. Perustietojen läpikäyminen heti liiketoimintasuunnitelman alussa on tärkeää, sillä se antaa selkeän kuvan lukijalle yritysideasta ja käy läpi yrittäjän tärkeimmät perustiedot esimerkiksi yritystoiminnan rahoittajille tai sijoittajille.

On olemassa monia eri syitä, miksi ihmiset haluavat ryhtyä yrittäjiksi. Joillekin yrittäjyys voi olla itsestäänselvyys kun taas toisille mahdollisuus voi ilmaantua sattumien kautta. Yleisimpiä syitä ryhtyä yrittäjäksi ovat muun muassa perheen yritystoiminnan jatkaminen, hyvä liikeidea, erityisosaaminen joka on saatu esimerkiksi harrastuksien kautta tai erityislaatuinen tilaisuus, sattuma tai tarjous. Yritystoiminnan menestymisen perusedellytys on hyvä ja toimiva liikeidea. Yrittäjän oma motivaatio ja tahto menestyä ovat ehdottoman tärkeitä yrityksen menestymisen kannalta. (Yritys-Suomi 2016.)

Menestyvältä yrittäjältä vaaditaan tietynlaisia ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä. Yrittäjän on kyettävä ottamaan hallittuja riskejä ja olemaan rohkea. Täsmällisyys, ihmisläheisyys ja hyvät yhteistyötaidot ovat todella tärkeitä ominaisuuksia asiakas- ja yhteistyökumppanisuhteita luodessa. Luovuus, kunnianhimoisuus, uskaliaisuus ja oma-aloitteisuus ovat menestyvän yrittäjän luonteenpiirteitä. Ahkeruus, stressinsietokyky sekä vahva usko omaan tekemiseen auttavat yrittäjää myös vaikeinta aikoina. Aloittavan yrittäjän talous on oltava kunnossa sekä perheen tuki on hyvin tärkeää. (Suomen yrittäjät 2017.)

Meksikossa yrittäjyys on hyvin yleistä ja monet perustavat ensimmäisen yrityksensä nuorena. Kolmasosa meksikolaisista yrittäjistä on 25 – 34 vuotiaita. Yrittäjistä 66 prosenttia on miehiä ja 34 prosenttia naisia ja yli 52 prosenttia yrittäjistä tekee töitä kotoa käsin. Tutkimuksen mukaan 89 prosenttia yrittäjistä rahoittavat yrityksensä omilla säästöillä, eikä lainarahalla. (Entrepreneur, 2017.)

3.2 Liikeidea

Liikeidea (toiselta nimeltään yritysidea) on vastaus kysymyksiin siitä, mitä, kenelle ja miten yritys tarjoaa omia tuotteitaan ja palveluitaan. Se kertoo, mikä on yrityksen tuotteen tai palvelun hyöty ja tarve asiakkaalle ja miksi yritys on olemassa. Liikeideassa käydään läpi miten yrityksen on tarkoitus harjoittaa liiketoimintaansa sijainnista ja tuotteista alkaen. Yrityksen potentiaaliset asiakasryhmät ovat osa liikeideaa. (Ilmoniemi, Järvensivu, Kyläkallio, Parantainen Siikavuo 2009, 52.)

Liikeidea voi syntyä monin eri tavoin. Yrittäjän oma erityisosaaminen tai ammattitaito, uusi tavara- tai palveluidea tai ulkoapäin tarjoutunut tilaisuus voivat synnyttää uuden liikeidean. Menestyvän liikeidean ei tarvitse olla ainutlaatuinen tai erikoinen, sillä myös peruspalveluita kuten kampaamopalveluita ja vaatemyymälöitä tarvitaan aina. Monet yritykset ovat saaneet inspiraatiota ulkomailta. Ulkomailta toimiva idea voi toimia hyvin Suomen markkinoilla - ja toisinpäin. Yrityksen menestymiseen vaikuttaa ympäröivä kilpailu ja siinä erottuminen omien vahvuuksien avulla. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017.)

Liikeidean esittely on tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa, sillä se ohjaa koko yrityksen toimintaa ja liiketoiminta pyörii sen ympärillä. Liikeidean esittelyn yhteydessä voidaan kertoa myös yksityiskohtaisemmin lisää yrityksestä, kuten tuotteista ja palveluista, yrityksen visiosta ja tavoitteista, brändistä, henkilökunnasta tai yrityksen fyysisistä tiloista.

Vohvelikahviloilla on mahdollista toteuttaa mitä erikoisempia liikeideoita lukemattomien eri reseptien ja täytteiden ansiosta. Meksikolainen franchising-kahvilaketju Bubble Waffle CO. on avannut tiuhaan tahtiin uusia vohvelikahviloita ympäri Meksikoa. Heidän mielestään crepet ja vohvelit ovat historiaa ja he haluavat tuoda täysin uudenlaisen vohvelikonseptin markkinoille. Vohvelit valmistetaan erikoisvohveliraudalla, joka tekee vohveliin suuria kuplakuvioita. Kuplakuvion sisälle saa valita mieluisan täytteen, joka sulaa valmistusvaiheessa. Kuplavohvelit ovat olleet suosittuja ympäri maailman ja nyt niitä saa myös Meksikossa. Yritys on vahvasti esillä sosiaalisessa mediassa ja he seuraavat tarkasti alan trendejä. (BubbleWaffle 2017.)

3.3 Strategia

Strategialla tarkoitetaan suunnitelmaa, jonka avulla yritys saavuttaa visionsa. Usein puhutaan yrityksen kokonaisstrategiasta, joka käsittää yrityksen sisäiset vahvuudet ja kehittämisalueet sekä ulkoiset uhat ja mahdollisuudet. Kokonaisstrategian ohella yrityksellä voi olla muun muassa markkinointi-, logistiikka- sekä rahoitusstrategia. (Pyykkö 2011, 225.)

Strategian avulla yritys pystyy toimimaan hallitusti muuttuvissa markkinaolosuhteissa. Yritys ei voi hallita toimintaympäristöä tai talousnäkymiä, mutta se voi olla niistä tietoinen ja kohdata haastavat tilanteet asiantuntevalla johtamisella ja yritysstrategian noudattamisella. Yritysstrategiassa usein määritetään yrityksen visio liiketoiminnalleen ja kehitykselle. Yrityksen johdon tärkeä tehtävä on määritellä yrityksen perusstrategia, jota alemmat portaat noudattavat. Strateginen suunnittelu tähtää katseensa tulevaisuuteen. Yrityksen päästrategia voi olla hyökkäävä, puolustava tai sopeutuva. Hyökkäävällä päästrategialla tarkoitetaan tilannetta, jossa yritys pyrkii tekemään merkittävät ratkaisunsa ennen kilpailijoita. Markkinointi on isossa osassa ja näkyvää, ja se luo alalle lisää kilpailua. Yritys, jonka päästrategia on puolustava, ei pyri aktiivisesti kasvattamaan markkinaosuuttaan vaan tyytyy asemaansa markkinoilla. Yritys ei ole aktiivisesti kilpailijoitaan vastaan vaan toimii puolustautuakseen. Sopeutuvaa strategiaa noudattava yritys ei ole yleensä kovin kilpailuvoimainen, vaan se joutuu sopeutumaan markkinatilanteeseen, sillä siltä puuttuu usein resursseja. (Opetushallitus, 2015.)

Nykypäivänä yrityksellä voi olla myös sosiaalisen median strategia, joka määrittelee yrityksen sosiaalisen median käyttäytymistä. Yrityksen on päätettävä missä sosiaalisen median kanavissa se haluaa olla läsnä ja millaista sisältöä se haluaa tuottaa. Querétarolainen donitseja valmistava yritys Habemus Donuts on onnistunut erinomaisesti sosiaalisen median markkinoinnissaan. Yritys jakaa visuaalisesti kauniita ja värikkäitä kuvia tuotteistaan omalla Instagram tilillään (@habemus.donuts). Tililtä löytyy myös heidän yhteystiedot. Tiliiä seuraa lähes 3000 ihmistä ja moni asiakas on löytänyt yrityksen sosiaalisen median kautta. He tekevät aktiivisesti yhteistyötä querétarolaisten tunnettujen henkilöiden kanssa ja saavat tätä kautta toivottua näkyvyyttä yritykselle. Yrityksen liiketila on kuitenkin kaikkea muuta mitä sosiaalinen media antaa olettaa, sillä se on vain pieni luukku syrjäisellä kadulla ilman asiakaspaikkoja. Sosiaalisen median kautta yrityksen on mahdollista kompensoida puuttuvia resursseja ja houkutella asiakkaita, jotka ei muuten pysähtyisi ostoksille. Yritys on myös rekisteröitynyt UberEats palveluun, jonka avulla asiakkaat voivat tilata ruokaa kotiin Uber-kusken kuljettamana.

3.4 Kilpailijat ja markkinat

Yrityksen on tunnettava oma toimintaympäristönsä ja tunnistaa yrityksen ydinkilpailijat sekä heidän tuotteensa ja valikoimansa. Liiketoimintasuunnitelmaan tulee liittää kilpailija-analyysi, jossa käydään läpi yrityksen kilpailijat alueella. Kilpailija-analyysiä voi laajentaa tekemällä asiakas- tai markkinatuoteanalyysin. Kilpailija-analyysin avulla yritys voi määrittää oman kilpailustrategiansa. (Yritys Suomi 2017.)

Kilpailuedun saavuttaminen ja ylläpitäminen on haasteellista. Kilpailuedulla voidaan tarkoittaa muun muassa yrityksen brändiä, mainetta tai mielikuvaa. Strateginen aineeton pääoma voidaan jakaa neljään ryhmään, jotka ovat immateriaalinen pääoma, suhdepääoma, osaamispääoma ja brändipääoma. Immateriaalisella pääomalla tarkoitetaan rakenteellista etua, joka voi perustua jakelukanavajärjestelyihin, prosessitehoon tai yrityksen johtamisjärjestelmään. Jakelukanavajärjestelyiden avulla asiakas voidaan ohjata käyttämään yrityksen palveluita uudelleen, esimerkiksi jos rikkimenneen tuotteen korjaus onnistuu vain tietyssä liikkeessä. Suhdepääoma on luottamukseen perustuvaa etua. Asiakassuhteissa luotu luottamus ja lojaalius ovat isoja kilpailuetuja. Suhdepääomalla viitataan myös päämiesten, verkosto- ja partneriyhteistyökumppaneiden sekä alihankkijoiden välis-

ten suhteiden tuomiin etuihin. Luottamuspääoma voi olla myös yrityksen sisäistä. Suhdepääoma kiteytyy usein hyvään maineeseen. Osaamispääomaa voidaan mitata muun muassa patenttien määrällä tai työntekijöiden tutkinnoilla, mutta merkittävää osaamispääomaa ovat erityisesti tietotaito sekä pitkä erikoistuminen sekä kokemus alalla. Brändipääoma on aineeton pääoma, joka on vaikeasti konkretisoitava. Brändin avulla yritys erottuu kilpailijoistaan ja luo tietynlaisen kuvan yrityksestään joka voi viestiä laatua ja luotettavuutta. Vahva ja tunnettu brändi auttaa hankkimaan uusia asiakkaita, työntekijöitä sekä kumppaneita. (Pyykkö 2011, 242.) Maailman arvostetuimpia brändejä ovat Apple, Google, Facebook ja Coca-Cola. Heidän brändityötään yhdistää selkeä strategia, visio sekä luottamus omiin vahvuuksiin. Suomen arvostetuin brändi on Fazer. (Kauppalehti 2017). Vuonna 2016 viisi arvokkainta meksikolaista brändiä olivat teleoperaattoriyritys Telcel, sementtiä valmistava CEMEX, leipomo BIMBO, olutyryitys Corona ja kioskiketju OXXO. (Brandfinance 2016).

Tuotteen ominaisuudet voivat nousta vahvaksi kilpailukeinoksi, jos yritys itse valmistaa ja myy omia tuotteitaan. Yrityksen tuote voi olla kokonaan uusi markkinoilla, se voi olla kestävämpi kuin muiden yritysten vastaavat tuotteet tai tuote voi olla muuttuneisiin vaatimuksiin paremmin soveltuva. Jos yritys myy palveluita, tärkeintä on lujittaa asiakkaiden mielikuvia laadukkaasta ja ainutlaatuisesta palvelusta. Ammattitaito ja palveluiden laadukkuuden taso nousevat tällöin myyntivaltiksi. Positiivisten mielikuvien luominen voi kestää kauan, mutta se kannattaa aina. Yritykset kilpailevat myös usein hinnoillaan. Yrittäjien ei kuitenkaan tule myydä tuotteitaan liian edulliseen hintaan, sillä silloin yrityksen kannattavuus heikkenee. Hinnan kuuluu olla kilpailukykyinen ja pohjautua siihen oletusarvoon, jonka asiakas on tuotteesta valmis maksamaan. Hintakilpailu on kiristynyt entisestään viime vuosien aikana. Hinta kertoo tuotteiden ja palveluiden laadukkuudesta, sillä alhaisempi hinta usein viestii heikommasta laadusta. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 105.)

Yritykset tekevät yhteistyötä monien eri tahojen kanssa, joita kutsutaan sidosryhmiksi. Sidosryhmiä ovat muun muassa tavarantoimittajat, rahoittajat, henkilökunta, asiakkaat, kilpailijat, järjestöt, yhteiskunta sekä omistajat. Erikokoisten yritysten sidosryhmien määrät vaihtelevat. Sidosryhmäsuhteella tarkoitetaan kaksisuuntaista toimintaa yrityksen ja siihen vuorovaikutussuhteessa olevan tahon välillä. Menestyäkseen yrityksen on pidettävä huolta sidosryhmäsuhteistaan. Niiden hoito kuuluu yrityksen jokaiselle tasolle mutta vastuu on ylimmällä johdolla. Mitä paremmin ja pitkäjänteisemmin suhteita on hoidettu, sitä

jouhevammin yhteistyö yleensä sujuu. Ravintolayrityksien sidosryhmäverkosto on usein tiheä ja monipuolinen. (Heikkilä & Viljanen, 2000.)

Yksi uusimpia kahvila- ja ravintolayrityksien kilpailukeinoja on hiljattain ympäri maailmaa ja myös Querétarossa lanseerattu UberEATS sovellus. Paikalliset ravintolat ja kahvilat voivat rekisteröidä menunsa sovellukseen ja asiakkaat voivat tilata ruokaa kotiovelleen. Annokset kuljettavat kaupungin Uber-kuljettajat autoilla ja moottoripyörillä. UberEATS luo työpaikkoja paikallisille ja helpottaa yrittäjien ja asiakkaiden välistä kaupankäyntiä. Querétaron UberEATS sovelluksessa on jo yli 100 eri ravintolaa ja annosten keskimääräinen toimitusaika on 35 minuuttia. (UberEATS 2017.)

3.5 Markkinointi

Markkinoinnin tavoitteena on saada yrityksen tuotteet asiakkaiden tietoisuuteen ja helposti lähestyttäviksi. Ensimmäiseksi yrityksen tulee selvittää potentiaaliset asiakasryhmät ja miettiä keinoja, joilla heidän huomio ja kiinnostus saavutetaan. Asiakasryhmien tarpeet on selvitettävä ja pyrittävä tarjoamaan niitä vastaavia tuotteita. Yrittäjän tulee miettiä, tarvitaanko markkinoilla kenties uusia tuotteita ja palveluita vai voisiko jo olemassa olevia tuotteita jollain tavoin kehittää. Tuotekehitystoimintaan osallistuminen on myös yksi markkinoinnin tehtävistä. (Yritys-Suomi 2017).

Yrityksien on mahdollista ulkoistaa markkinointi ja ostaa palvelut markkinointiin erikoistuneelta yritykseltä. Tarpeen mukaan laaditaan markkinointi- ja markkinatutkimuksia, joissa kerätään tietoa potentiaalisilta asiakkailta. Yrityksen kilpailijoiden tunnistaminen ja tiedostaminen on tärkeää, sillä lähes jokainen yritys kilpailee markkinoilla toisten yritysten kanssa. Yrityksen on laadittava oma markkinointistrategia, joka esitellään yrityksen liiketoimintasuunnitelmassa. Myös kilpailijoiden markkinointitoimenpiteistä on oltava tietoinen. Yrityksen tulisi tuntea markkinoinnin kilpailukeinot ja pohtia, mitkä niistä ovat vahvoja ja heikkoja omassa yrityksessä ja kuinka niitä tulisi kehittää. (Peltonen 2015, 26.)

Mainosten on aina oltava helposti tunnistettavissa esitystavasta ja mainosvälineestä riippumatta. Tämä koskee kaikkia kanavia ja markkinoinnin muotoja, myös sosiaalista me-

diaa. Yrityksen markkinoinnissa on käytävä selville kuka on mainostaja. Yleisten periaatteiden mukaan piilomainonta ei ole koskaan hyväksyttävää eikä kaupallisia viestejä tulisi piilottaa muuhun viestintään. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2014.)

Markkinoinnin kilpailukeinoja ovat tuotteet, hinta, asiakkaat ja henkilöstö, palveluprosessi, jakelu ja saatavuus, markkinointiviestintä sekä yritysympäristö. Näitä yhdessä kutsutaan markkinointimix:ksi. Suomessa markkinointiin liittyy myös paljon erilaista lainsäädäntöä. Yrittäjän on tunnettava muun muassa kuluttajansuoja-, kauppa- ja tuotevastuulaki sekä toimialakohtaiset säännökset sekä tuoteturvallisuus. (Peltonen 2015, 27.)

Markkinoinnin keinoja on monia, mutta erityisesti sosiaalisen median markkinointi on ollut esillä lähiaikoina. Sosiaalisen median kanavia on lukuisia ja niiden hyödyntäminen oman yrityksen markkinoinnissa voi olla yrittäjille haastavaa. Menestyvän sosiaalisen median markkinoinnin taustalla on yrityksen oma ”somestrategia”, joka on suunnitelma, jonka avulla yritys etenee kohti sosiaalisen median markkinoinnin päämääräänsä. Sosiaalisen median markkinointistrategia on usein vain osa koko yrityksen markkinointia, sillä usein yrityksen käyttävät muitakin markkinoinnin kanavia. Suosituimpia sosiaalisen median kanavia markkinointiin ovat Facebook, Instagram, Youtube, Twitter ja LinkedIn. Jokaisella kanavalla on omat vahvuutensa ja heikkoutensa, joten kanavan valinnalla voi olla suuri merkitys yrityksen markkinoinnin onnistumiseen. Esimerkiksi Facebookilla on suuri käyttäjäkunta, mutta sivustolla on paljon kilpailua eri yritysten markkinoinnin välillä. Instagram sopii erityisesti yrityksille, joiden asiakaskohderyhmä koostuu nuorista naisista. Monet yritykset kuten hotellit, ravintolat ja kahvilat tekevät yhteistyötä Instagramin suosittujen käyttäjien kanssa, joilla on tuhansittain seuraajia. Hotellit tarjoavat ilmaisia hotelliyöpymisiä ja ravintolat ilmaisia illallisia Instagram-markkinointia eli profiilissa julkaistua sisältöä vastaan. (Suomen Digimarkkinointi, 2017.) Liiketoimintasuunnitelmaan tulee liittää yrityksen markkinointisuunnitelma. Markkinointisuunnitelma auttaa yritystä oman markkinoinnin toteutuksessa ja hallinnassa.

Vuonna 2015 Meksiko oli yksi sosiaalisen median markkinoinnin edelläkävijöitä Latinalaisessa Amerikassa sekä koko maailmassa. Tärkeimmät sosiaalisen median vuorovaikutusfoorumit olivat Facebook, Twitter ja Youtube. Erityisesti monien kulutustavaratuotteiden kuten Doritos, Kinder ja Ferrero Rocher Facebook-sivut ovat kaikista seuratuimpia ja tykättyimpiä. Yritysten tuottama sisältö ja markkinointi tavoittavat laajan yleisön. Sisältö kiin-

nostaa asiakkaita aidosti ja saa heidät vuorovaikuttamaan yrityksen kanssa. Aluksi Meksikossa sosiaalisen median kanavat olivat lähinnä asiakaspalvelua varten, mutta nykyään sosiaalinen media on olennainen osa yrityksen viestintästrategiaa ja brändinrakennusta. (Forbes 2015.)

Tänä päivänä asiakkailla on mahdollisuus antaa yrityksille palautetta sosiaalisessa mediassa siten, että kaikilla on mahdollisuus nähdä palautteet. Tripadvisorin avulla asiakkaiden on helppo löytää alueen parhaimmaksi valitut ravintolat, hotellit ja turistikohteet ja antaa arvostelu käynnin pohjalta. (Tripadvisor, 2017). Asiakkaiden kommentit ovat usein joko hyvin negatiivista tai positiivista mainosta yritykselle, sillä potentiaalisten asiakkaiden voi olla helpompi luottaa muiden kanssa-asiakkaiden mielipiteisiin. Huonon palautteen antamisella, esimerkiksi yrityksen Facebook sivustolle, voi olla kohtalokkaat seuraukset yrityksen maineelle sillä arvostelu voi helposti tavoittaa tuhansia potentiaalisia asiakkaita.

3.6 Talouslaskelmat

Jotta yritys menestyisi markkinoilla, sen toiminnan on oltava kannattavaa. Yrityksen toiminta on kannattavaa silloin kuin tuotot ovat suurempia kuin kustannukset pitkällä aikavälillä. Yrityksen tuottavuudella tarkoitetaan tuotoksen suhdetta sen aikaansaamiseksi tarvittuun panokseen esimerkiksi aikaan. Tuottavuutta voidaan mitata monilla eri keinoilla, kuten esimerkiksi tehtyjen tuotteiden määrä per työpäivä tai myynti per työpäivä. Tuottavuutta voidaan parantaa suurentamalla tuotosta tai pienentämällä työpanosta. On hyvin tärkeää, että yritys on vakavarainen eli yritys ei ole ottanut liikaa velkaa suhteessa yrityksen tuotto-odotuksiin. Yrityksen on pystyttävä suoriutumaan päivittäisistä menoistaan sekä lainojensa lyhennyksistä sekä koroista. Yrityksen käytettävissä olevaa rahaa sanotaan likviditeetiksi. Yrityksellä on oltava aina rahaa laskujen maksuun sekä muihin juokseviin menoihin. Uutta yritystoimintaa aloittaessa yrittäjän on suunniteltava yrityksensä kannattavuutta tarkoin. Kaikki yritystoiminnan menot on otettava huomioon ja yrittäjän on tiedettävä, kuinka paljon tarvitaan myyntiä, jotta yritys pystyy kattamaan omat menonsa. Yrityksen menoihin kuuluu muun muassa ostot, korot, vuokra, lyhennykset sekä muut kulut. (Peltola 2015, 130.)

Heti yritystoimintaa aloittaessa tarvitaan rahaa. Suurin osa pääomasta kuluu käyttöomaisuuden hankintaan eli koneiden, laitteiden ja toimitilojen hankintaan. Yrityksen perushankintoja kutsutaan investoinniksi. Yrittäjän on hyvä laskea käyttöomaisuuden investointilaskelman ennen yritystoiminnan alkua, jotta hän saa realistisen kuvan kuinka paljon yrityksen perustamiseen hän tarvitsee pääomaa. Käyttöomaisuuden investointilaskelmaan kuuluu liiketilat, koneet ja laitteet sekä irtaimisto ja sisustus. (Peltonen 2015, 132.)

Käyttöpääoman tarvelaskelma on hyvin erilainen eri aloilla, mutta se on silti hyvä laskea ennen yritystoiminnan aloittamista. Käyttöpääoman tarvetta vaativat esimerkiksi raaka-ainesten ostomenot, työntekijöiden palkat, yrityksen perustamiskulut, markkinointimenot sekä vuokra. Edellä mainittujen laskelmien lisäksi rahoitustarvelaskelma, katetarvelaskelma sekä tulossuunnitelma ovat tärkeimmät aloittavan yrittäjän laskelmat. (Peltonen 2015, 133.)

Kustannustaso Meksikossa on alhainen, sillä raaka-aine- ja palkkakulut ovat matalat. Tutkimuksen mukaan tänä päivänä Meksiko on tuotantokustannuksiltaan halvempi kuin Kiina. Viime vuona valuuttakurssit ovat olleet vakaita ja palkkakehitys on onnistuttu pitämään kurissa. Mittavien teollisten investointien myötä tuottavuus on parantunut. Monet investoijat pitävät Meksikoa kiinnostavana sijoituskohteena. (Teknologiateollisuus, 2014.)

3.7 SWOT -analyysi

Yrityksen strateginen suunnittelu alkaa nykytilanteen määrittämisellä. Tilanneanalyysin avulla yritys pystyy määrittelemään yrityksen lähtötilanteen sekä alalla vallitsevan sen hetken tilanteen. SWOT-analyysi on siihen hyvä keino.

SWOT analyysissa arvioidaan yrityksen vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). SWOT analyysi auttaa tarkastelemaan yritystä sisäisten sekä ulkoisten tekijöiden valossa. Sisäisiä tekijöitä ovat ne tekijät joihin yritys pystyy itse vaikuttamaan. Vahvuudet ovat yrityksen sisäisiä positiivisia tekijöitä, jotka auttavat yritystä pääsemään tavoitteisiinsa ja menestymään. Vahvuudet voivat olla muun muassa ammattitaitoinen henkilökunta tai tuotekehitykseen panostaminen. Yrityksen heikkoudet vaikeuttavat menestymistä ja siksi ne on hyvä tunnistaa ajoissa. Yrityksen heikkouksia voivat olla muun muassa kalliit hinnat tai huono sijainti. SWOT- analyysissa

ulkoiset tekijät ovat niitä tekijöitä, joihin yritys ei pysty itse vaikuttamaan. Mahdollisuudet ovat ulkoisia tekijöitä ja yrityksen kuului käyttää niitä hyväkseen. Esimerkiksi yleinen hyvä taloudellinen tilanne voidaan nähdä yrityksen mahdollisuutena. Ulkoiset uhat voivat vaarantaa yrityksen liiketoiminnan. Niitä ovat esimerkiksi kansainväliset suhdannemuutokset ja supistuvat markkinat. (Kallio & Ripatti & Tanni 2008, 105-106.)

Starbucks tunnetaan maailman isoimpana kahvilayrityksenä ja siitä on tehty monia eri SWOT-analyyskejä. Yritys on todella suosittu myös Meksikossa. Heidän suurimpia vahvuuksiaan ovat vahva brändi ja maailmanlaajuiset jakelukanavat. Starbucksilla on paljon lojaaleja kanta-asiakkaita ympäri maailman, jotka luottavat yrityksen laatuun ja brändiin. Yrityksen heikkouksia ovat tuotteiden korkeat hinnat ja se, että tuotteita on helppo jäljitellä ja matkia. Starbucksilla on hyvät mahdollisuudet laajentaa liiketoimintaansa Lähi-Itään, Afrikkaan ja Aasiaan. Yritys voisi monipuolistaa tuotevalikoimaansa ja tehdä enemmän yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Ulkoisia uhkia yritykselle ovat kilpailu edullisimpien kahvilayritysten kanssa ja Starbucksin tuotteiden matkiminen. (Panmore Institute, 2017).

4 Liiketoimintasuunnitelman toteutus

Tässä luvussa käydään läpi liiketoimintasuunnitelman tavoitteita, suunnittelua, sisältöä sekä lopputulosta. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen on monivaihteinen prosessi ja se voi huolellisesti tehtynä auttaa yritystä monin eri tavoin.

Huhtikuussa 2017 olin ystäväni kanssa aamiaisella eräässä ravintolassa Helsingin keskustassa. Aamiaisella oli mahdollista valmistaa itse sydämenmuotoisia aamiaisvohveileita. Valmistin ystäväilleni vohvelit ja siinä samassa mieleeni juolahti idea omasta vohvelikahvilayrityksestä. Olin aikaisempaan joulusesonkiin ollut myymässä belgialaisia vohveileita Senaatintorin joulutorilla ja se oli ollut mukavin työpaikkani siihen mennessä. Muistelin myös lomamatkaani Lontooseen, jossa maistoin ensimmäistä kertaa aitoja Liege -vohveileita Oxford Streetillä. En ollut koskaan maistanut ikinä mitään niin herkullista, ja niistä tuli välittömästi lempijälkiruokani.

Olen ollut aina kiinnostunut leipomisesta ja ruuanlaitosta, mutta en ollut koskaan ajatellut yrittäjyyttä kyseiseltä alalta. Aloin kiinnostua yrittäjyydestä Haaga-Heliassa opintojeni aikana sekä ulkomaanmatkojeni aikana, jolloin tutustuin moniin nuoriin matkailualan yrittäjiin. Työharjoitteluni aikana Meksikossa huomasin kuinka yleistä yrittäjyys on myös nuorten keskuudessa, ja kuinka rohkeasti myös nuoret lähtevät toteuttamaan omia yritysideoitaan. Rakastuin Meksikoon ja maan kulttuuriin ja päätin, että palaan vielä takaisin.

Yrittäjyydessä minua kiinnostaa eniten vapaus ja vastuu omasta työpanoksesta sekä mahdollisuus toteuttaa vapaasti omia ideoita. Uskon yritysideaani ja siihen, että yrittäjyys opettaisi minulle paljon lisää työelämästä ja itsestäni työntekijänä. Energisyyteni ja positiivisuuteni olisivat vahvuuksiani yrittäjyydessä, kun taas malttamattomuus ja hätiköiminen toisivat haasteita.

4.1 Tavoitteet

Tavoitteena on luoda selkeä ja informatiivinen liiketoimintasuunnitelma, joka kokoaa ajatukseni ja ideani tulevaisuuden yrityksestäni. Liiketoimintasuunnitelma on laadittu aloittavan yrittäjän näkökulmasta. Suunnitelmaan lisätään kuvia havainnollistamaan ideoita liittyen esimerkiksi yrityksen logoon, menuun sekä tuotteisiin. Versiosta tulee noin kymmenen sivuinen, joka on helppolukuinen ja käytännöllinen. Kirjoitan liiketoimintasuunnitelman suomeksi, mutta saatan kääntää sen myöhemmin englanniksi tai espanjaksi.

Toivon oppivani lisää yrittäjyydestä liiketoimintasuunnitelmaa luodessani. Minulla ei ole aikaisempaa kokemusta yrittäjyydestä, varsinkaan ulkomailla. Ulkomailla yrittäminen tuo omat haasteensa muun muassa kielen ja kulttuurierojen takia. Meksikon liiketoimintaympäristö eroaa Suomen vastaavasta monin eri tavoin, ja siksi onkin hyvä että opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkistelen Querétaroa liiketoimintaympäristönä eri kulmista. Liiketoimintasuunnitelma tulee auttamaan minua yrityksen perustamisvaiheessa ja toiminnan aikana, sillä se muistuttaa minua alkuperäisestä yritysideoistani ja visiostani. Haluan että liiketoimintasuunnitelmaa on helppo muokata ja parantaa, sillä uskon että yritystä halutaan kehittää kokoajan parempaan suuntaan. Yrityksellä ei ole vielä toimitiloja ja niiden löytyminen saattaa vaikuttaa liiketoimintasuunnitelmaan merkittävästi esimerkiksi tuotteiden hintatason kannalta.

Vaikein osa liiketoimintasuunnitelmasta tulee olemaan talouslaskelmat ja kuinka saada niistä mahdollisimman paikkaansa pitävät. Toimitilan vuokran suuruus voi vaihdella huomattavasti eri alueilla ja kauppakeskuksissa, ja se tulee olemaan yrityksen suurin kuukausittainen menoerä. Haasteena voi olla suomalainen näkökulmani ja työelämäkokemus liiketoimintasuunnitelmaa kirjoittaessa. Toivon, että tekemäni liiketoimintasuunnitelma toimii hyvin myös Meksikon markkinoilla, vaikka minulla ei olekaan kokemusta yrittäjyydestä Meksikossa.

Minulla on selkeä yritysidea mielessäni yrityksessäni, mutta luulen että sen pukeminen sanoiksi voi olla hankalaa. Haluan käydä läpi liiketoimintasuunnitelmassani kattavasti koko yrityksen toimintaidean ja odotan erityisesti yrityksen liikeidean esittelyä, sekä markkinoinnin suunnittelua ja kilpailija-analyysin tekoa. Kuvilla haluan havainnollistaa ideoitani.

Tavoitteenani on pysyä aikataulussa ja valmistua joulukuussa 2017. Valmistumisen jälkeen haluan avata ensimmäisen yritykseni Querétaroon keväällä 2018. Olisi mahtavaa löytää talven aikana luotettava yhteistyökumppani, kenen kanssa voisin jakaa ideoitani ja vastuuta yrityksestä. Olisi ihanteellista aloittaa yritys pienellä investoinnilla ja ”harjoitella” yrittäjyyttä, sillä isojen taloudellisten riskien ottaminen vieraassa maassa tuntuu hurjalta ajatukselta. Onneksi Meksikoa tarjoaa monipuolisen ympäristön yrittäjyydelle ja yrityksen perustaminen pienellä budjetilla on mahdollista. Aika näyttää, millaisen alun yritys saa.

4.2 Suunnittelu

Ensimmäisen idean yrityksen perustamisesta sain huhtikuussa 2017. Innostuin ja motivoitin yritysideasta ja luin paljon yrittäjyyteen liittyvää kirjallisuutta. Aloitin kirjoittaa ideoitani ylös. En ollut vielä keksinyt opinnäytetyöni aihetta, joten halusin hyödyntää tilaisuutta ja päätin tehdä liiketoimintasuunnitelman tulevalle yritykselleni opinnäytetyön muodossa. Tiesin jo alusta alkaen, että haluan perustaa ensimmäisen yritykseni Meksikoon Querétaron kaupunkiin. Ensimmäinen ajatukseni oli perustaa kahvila ison yliopiston lähelle, joka tarjoaisi perinteisiä suomalaisia sydänmallisia vohveleita eri täytteillä. Aloimme ystäväni kanssa kokeilla erilaisia reseptejä ja täytteitä, otimme kuvia ja jaoimme ajatuksiamme. Järjestimme noin viisi eri kokeilukertaa ja joka kerralla opimme jotain uutta. Paransin vohveleiden ulkonäköä ja koristelua, ostin laadukkaampia raaka-aineita ja muunsin reseptiä makeammaksi. Ystäväni kannustivat ja tukivat minua yritysideassani. Toukokuussa menin käymään lomalla Meksikossa ja olin etukäteen etsinyt liiketilavaihtoehtoja ja kartoittanut tilannetta kilpailijoiden kannalta. Testasin kilpailijoiden vohveleita kahdessa eri paikassa ja etsin sopivia liiketiloja. Vohvelikahviloita koko kaupungista löysin vain muutaman ja niiden tuotteet poikkesivat huomattavasti omasta ideastani. Keskustassa sijaitseva kaksikerroksinen vohvelipaikka on erinomainen sijainniltaan, mutta vohvelien maku ei ollut hyvä. Toinen kilpailija, joka sijaitsee vilkkaassa kauppakeskuksessa, oli keksinyt aivan omanlaisen konseptinsa täytettävistä kuplavohveleista. Ajatus oli hyvä ja erilainen, mutta se oli toteutettu kömpelösti ja palvelu oli hidasta. Kilpailijoiden vohvelitaikinoiden maku oli mauton, eikä lähellekään aidon belgialaisen vohvelin makua. Kiinnitin huomiota erityisesti crepé-paikkojen määrään. Niitä oli monia, mutta usein paikat olivat täynnä asiakkaita. Kilpailijani tulisivat olemaan ylipäättään kaikki jälkiruokapaikat – ei vain vohvelikahvilat. Oma ideani

poikkiesi merkittävästi muista ja uskon, että sillä olisi paljon kysyntää. Loman aikana ymmärsin, että paras vaihtoehto olisi perustaa pieni kahvila kauppakeskukseen turvallisuuden ja runsaampien asiakasvirtojen takia.

Palatessani Suomeen aloitin kolmen kuukauden kesätyöni Helsingissä ja idea yrittäjyydestä jäi hieman sivuun. Olin jo aloittanut kirjoittamaan opinnäytetyötäni, mutta se ei edennyt kesän aikana töiden takia. Kesätöiden loppumisen jälkeen muutin Meksikoon ja jatkoin opinnäytetyön tekemistä aktiivisemmin ja aloitin liiketoimintasuunnitelman luomisen. Sitä oli helppo alkaa kirjoittaa teoriaosuuden ollessa lähes valmis, sillä pystyin hyödyntämään aiemmin oppimaani ja kirjoittaa konkreettiset suunnitelmani yrityksen perustamisesta liiketoimintasuunnitelmaan. Haastavinta oli pukea omat ajatukset ja ideat sanoiksi paperille.

Meksikoon muuttaessani toin mukani yhden suomalaisen vohveliraudan, jolla voi valmistaa kaksi sydämenmallista vohvelia samaan aikaan. Vohveliraudan avulla pystyin jatkamaan reseptikokeiluani ja tehdä maistatuksia meksikolaisille ystäväilleni. Useat ystäväni olivat käyneet Belgiassa, ja pyysivät minua valmistamaan belgialaisia vohveleita. Kävin ostamassa edullisen belgialaisen vohveliraudan ja etsin belgialaisten Liege vohveleiden ohjeita internetistä. Raaka-aineiden, kuten raesokerin ja hiivan löytäminen oli haasteellista, mutta vohvelit onnistuivat hyvin ja meksikolaiset ystäväni rakastivat niitä. Heidän mielestään belgialaisen vohvelit olivat parempia kuin suomalaiset sydänvohvelit niiden ulkonäön ja maun takia. Tein kyseisiä vohveleita vielä uudelleen ja parantelin reseptiä ja niistä tuli vieläkin maukkaampia kuin edellisellä kerralla. Päätin vaihtaa liikeidean suomalaisista sydänvohveleista belgialaisiin Liege -vohveleihin. Sydänvohvelit ovat malliltaan ohuempia ja isompia, mutta ne eivät ole niin makeita kuin Liege -vohvelit. Liege -vohveleihin käytetään enemmän sokeria kuin sydänvohveleihin ja ne ovat muodoltaan perinteisiä neliön mallisia vohveleita. Paistamisvaiheessa taikinan päälle muodostuu rapea kullanuskea karamellikerros sokerin ansiosta. Kumpiakaan vohveleita ei ole tarjolla Querétarossa. Ammattikäyttöön tarkoitettujen belgialaisten vohvelirautojen löytäminen on alueella helpompaa, ja niitä pystyy tilaamaan Yhdysvalloista. Belgialaisten vohvelitaikinan valmistaminen on työläämpää kuin sydänvohvelien, mutta lopputulos miellyttää paikallisia enemmän. Belgialainen vohveli on helpompi syödä ja ottaa mukaan, sillä sen syömiseen ei tarvita haarukkaa tai veistä.

Kesän aikana kuulin ensimmäisen kerran alueelle keväällä 2018 avattavasta kauppakeskuksesta, joka tulee olemaan Meksikon suurin. Olin yhteydessä yritykseen, joka vuokraa kauppakeskuksen toimitiloja. Kaikki pysyvät toimitilat olivat jo menneet, mutta kauppakeskuksen käytäville pystytettäviä kojuja ei oltu vielä vuokrattu. Kojujen vuokraus aloitetaan vasta kauppakeskuksen avattua keväällä 2018. Yrityksen avaaminen keväällä 2018 olisi ihanteellista ja se antaisi aikaa suunnitella yritystä ja kokeilla reseptejä vielä perinpohjaisemmin. Kojuja ei ole mahdollista varata etukäteen, eikä kauppakeskus osannut kertoa sen enempää kojujen vuokrista tai paikoista. Paras vaihtoehto on jatkaa aktiivisesti toimitilojen etsimistä, eikä jättää sen löytymistä yhden kortin varaan.

Liiketoimintasuunnitelman takana oli paljon suunnittelua ja ideointia. Ideat tulivat monista eri paikoista mutta suurin inspiraationi oli Lontoon Oxford Streetillä sijaitseva vohvelibaari nimeltä Wafflemeister. Löysin usein itseni selailemassa yrityksen internetsivuja ja ottamalla mallia eri täytevaihtoehtoihin. Vohvelien taikinareseptin löysin Googlestä ja paransin sitä oman makuni mukaan esimerkiksi lisäämällä sokeria. Vohvelien täytteiksi valikoituivat ikisuosikit kuten Nutella, kermavaahto, banaani ja mansikat. Meksikolaisten makumieltymysten tunteminen oli minulle haasteellista ja siksi päätin, että asiakkaat voivat myös itse valita omat täytteensä.

Liiketoimintasuunnitelman ollessa lähes valmis halusin kokeilla yritysideaani käytännössä. Meksikossa asun alueella, jossa asuu paljon varakkaita lapsiperheitä. Asuinalueen Facebook ryhmässä on satoja ihmisiä. Eräänä sunnuntai-iltana valmistin vohveleita ja laitoin ilmoituksen Facebook-ryhmään. Ilokseni huomasin, että asukkaat ottivat ideani hyvin vastaan ja sain monia eri tilauksia. Parin tunnin aikana sain myytyä 18 vohvelia kotiinkuljetuksella. Asuinalue on pinta-alaltaan varsin pieni ja ystäväni auttoi minua toimittamaan tuotteet. Kokeiluni opetti minulle paljon ja opin että tuotteelleni on kysyntää, kunhan löydän oikeat asiakkaat. Vohveleista kiinnostuneet ostivat mielellään monta tuotetta kerrallaan koko perheelle, eikä yksittäistilauksia tullut ollenkaan. Liiketilän vuokraaminen läheltä kyseistä asuinaluetta voisi olla hyvä idea, sillä alueella on paljon lapsiperheitä ja kouluja. Vohvelit maistuvat paremmilta tuoreina ja lämpiminä joten liiketila on yritykselle elinehto, eikä kotiin kuljettaminen toimi yhtä sujuvasti. Myin vohveleita 35 pesoa kappale, eli noin 1,80e. Kolme vohvelia sai 90 pesolla eli 4,5 eurolla. Lähes jokainen asiakas hyödynsi kolmen vohvelin tarjouksen. Ilmoituksen houkutteleva kuva ja selkeä myyntiteksti saivat asiakkaat kiinnostumaan tarjouksesta.

4.3 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelman laatimisen aloitin tutustumalla eri liiketoimintasuunnitelmamalleihin. Tutustuin Keski-Uudenmaan uusyrityskeskuksen alustavaan liiketoimintasuunnitelman malliin sekä Suomen Nuorten yrittäjien videomateriaaliin liiketoimintasuunnitelman laatimisesta. Työ- ja elinkeinoministeriön Yritys-Suomi-sivustolta sain myös paljon ideoita ja kirjastosta lainaamani kirjat kuten ”Minustako yrittäjäksi?” antoivat tietoa liiketoimintasuunnitelman laatimisesta.

Halusin liiketoimintasuunnitelmani olevan selkeä ja informatiivinen kuvien kera. Sain paljon inspiraatiota yritysideani opiskellessani liiketoimintasuunnitelman laatimisesta. En kuitenut, että mikään tutustumistani liiketoimintamalleista oli täydellinen yritysidealleni sellaiseenaan, vaan päätin koota itse omasta mielestäni tärkeimmät aiheet omaan liiketoimintasuunnitelmaani. Liiketoimintasuunnitelmassani on seitsemän lukua: 1. Yrittäjän tausta ja osaaminen. 2. Liikeidea. 3. Strategia. 4. Kilpailijat ja markkinat. 5. Markkinointi. 6 Talouslaskelmat. 7. SWOT -analyysi. Mielestäni edellä mainitut aihepiirit antavat selkeän kuvan yritysideastani ja sen tavoitteista.

Halusin aloittaa liiketoimintasuunnitelman kertomalla itsestäni, työkokemuksestani sekä vahvuuksistani ja heikkouksistani, sillä minusta on tärkeää kertoa, kuka on yritysidean takana. Omien heikkouksieni pohtiminen auttaa minua kehittymään yrittäjänä ja tunnistamaan mahdolliset kompastuskivet. Ravintola-alan ja asiakaspalvelutyön työkokemukseni on vahvuuteni yrityksen perustamista ajatellen, vaikka minulla ei olekaan kokemusta yrittäjyydestä. Matkailun liikkeenjohdon opinnot ovat myös suuri etu, ja uskon että sosiaalisen median markkinoinnin kurssin opit tulevat käyttöön.

Liikeideaa halusin esitellä monesta eri näkökulmasta. Liikeideaosuudessa käytiin läpi muun muassa potentiaalisia asiakasryhmiä, tuotteita, fyysisiä tiloja, aukioloaikoja, hinnoittelua sekä henkilökuntaa. Vohvelikahvilan liikeidea on tarjota belgialaisia Liege- vohveleita, joita ei saa mistään muualta Querétarossa. Ne ovat aina tuoreita ja paikan päällä tehtyjä. Erilaisten täyttevaihtoehtojen ansiosta jokaiselle löytyy mieleinen maku. Erilaiset kylmät ja kuumat juomat täydentävät vohvelikahvilan menuta. Erilaisia makuja vaihtelee

mallalla kahvilan on helppo lanseerata kausituotteita esimerkiksi halloweenin ja ystävänpäivän aikaan. Liiketilän vuokraaminen isosta kauppakeskuksesta voi olla riski, sillä vuokrat ovat korkeat ja kilpailu on kovaa.

Strategiaosuudessa käydään läpi yrityksen visiota ja tulevaisuuden suunnitelmia. Liiketoimintasuunnitelmassa puhutaan myös yrityksen mahdollisista kilpailijoista ja alueen markkinoista. Querétarossa on paljon ravintoloita ja kahviloita, mutta belgialaisia vohveleita ei ole tarjolla muualla. Yrityksen markkinoinnissa tullaan keskittymään erityisesti sosiaaliseen mediaan esimerkiksi Facebookiin ja Instagramiin. Myös Tripadvisor ja yhteistyöt tulevat olemaan yrityksen markkinointikeinoja.

Yrityksen talouslaskelmat ovat jätetty vähemmälle, sillä yrityksellä ei ole vielä liiketilaa ja se tulee olemaan yrityksen suurin menoerä. Pienien liiketilojen kuukausivuokrat Querétarossa voivat vaihdella 200 -1500 euron välillä paikasta riippuen. Vohvelitaikinan valmistuskustannukset ovat alhaiset ja täytteiden hinnat vaihtelevat. Liiketoimintasuunnitelman lopussa tehdään SWOT –analyysi, jossa nimetään yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Liitteenä on kuvia yrityksen logosta, menusta ja valmiista vohveleista sekä vohvelien resepti.

Liiketoimintasuunnitelmapohja tehtiin aluksi Word-tiedostoon. Aloitin suunnitelman tekemisen minulle selkeimmistä aiheista, jotta sain selkeän pohjan työlleni. Kuvakollaasit tein Internetistä löytämälläni Canvas.com sivustolla. Kuvien ottamiseen ja kollaasien tekemiseen kului yllättävän paljon aikaa. Suunnitteluvaihe oli yksi työn tärkeimmistä vaiheista, sillä sen aikana kokosin kaikki ajatukseni yhteen. Lopuksi Word-tiedosto muutettiin PDF-muotoon, jotta se oli mahdollisimman helppolukuinen.

4.4 Lopputulos

Tavoitteenani oli tehdä liiketoimintasuunnitelma ja saada selville olisiko yritysideani kannattava. Mielestäni onnistuin hyvin liiketoimintasuunnitelman teossa, sillä se antaa hyvän käsityksen ideastani. Kuvat havainnollistavat hyvin yritysideaani. Yrityksen perustaminen liiketoimintasuunnitelmani avulla on mielestäni realistinen ja täysin mahdollinen. Suunnitelmaa on helppo päivittää ja parannella. Tietojen esimerkiksi liiketilan sijainnin ja vuokran tarkentuessa liiketoimintasuunnitelmasta voi tehdä entistä tarkemman ja lisätä talouslaskelmia.

Liiketoimintasuunnitelman suunnittelu- ja tekovaiheessa onnistuin erityisesti täydellisen reseptin löytämisessä, houkuttelevien kuvien ottamisessa ja markkinoinnin suunnittelussa. Kuvien ottamiseen ja vohvelien valmistamiseen meni ajallisesti eniten aikaa, samoin kilpailijoiden löytämisessä ja heidän tuotteiden testaamisessa.

Liiketoimintasuunnitelman teon aikana tutustuin lisää yrittäjyyteen ja liike-elämään Meksikossa. Mielenkiintoni yrittäjyyttä kohtaan kasvoi työn edetessä. Ymmärsin myös kuinka paljon yrittäjyys Meksikossa eroaa yrittäjyydestä Suomessa. Korruptio, turvallisuustekijät ja työntekijöihin luottaminen ovat asioita, jotka voivat hankaloittaa yrittäjyyttä huomattavasti. Minun on parannettava kielitaitoani ja rakentaa laajempi turvaverkko Meksikossa. Opin kuinka paljon taustatyötä yrityksen perustamiseen vaaditaan ja se sai minut miettimään haluanko perustaa yrityksen yksin vai yhteistyökumppanin kanssa. Muuttaessani Querétaroon tutustuin täällä asuvaan suomalaiseseen perheenäitiin, jolla on myös suunnitteilla perustaa oma kahvilayritys. Nähtäväksi jää, aloitammeko tehdä yhteistyötä vai tuleeko meistä kilpailijoita.

Koko opinnäytetyöprosessin ajan opin jotain uutta liittyi se sitten kirjoittamiseen, ajanhallintaan tai tiedonhakuun. Olen tyytyväinen luomaani liiketoimintasuunnitelmaan ja ylpeä itsestäni että pysyin tavoitteessani valmistua jouluna 2017.

5 Pohdinta

Tavoitteenani oli laatia selkeä ja toimiva liiketoimintasuunnitelma aloittavalle vohvelikahvilayritykselle. Mielestäni onnistuin hyvin tavoitteessani, sillä liiketoimintasuunnitelmasta tuli sellainen kuin olin suunnitellutkin – selkeä ja informatiivinen. Viitekehys auttoi minua pysymään aiheessa, eikä opinnäytetyöstä tullut liian laaja. Teoriaosuuden aiheet, Querétaro liiketoimintaympäristönä sekä start up yrityksen liiketoimintasuunnitelma, tukivat produktiani erinomaisesti ja ne sopivat hyvin yhteen. Otin huomioon produktissani teoriaosuudessa oppimani asiat, kuten liiketoimintasuunnitelman mallin.

Opinnäytetyön tekeminen oli minulle mielekästä ja yllättävän vaivatonta, sillä aihe kiinnosti minua ja halusin oppia kokoajan lisää. Liiketoimintasuunnitelman laatiminen oli minulle mieluisin osa opinnäytetyöstä. En pysynyt täysin asettamassani aikataulussa, sillä kesätyöt veivät enemmän energiaa kuin olin oletanut. Olen tyytyväinen opinnäytetyöhöni ja uskon, että liiketoimintasuunnitelmasta tulee olemaan minulle hyötyä tulevaisuudessa. Liiketoimintasuunnitelmaa on mahdollista parantaa myöhemmin esimerkiksi tarkempien talouslaskelmien avulla. Potentiaalisten asiakkaiden makumieltymyksiä olisi myös hyvä tutkia lisää ja laajentaa täytevalikoimaa sen avulla. Haastavinta opinnäytetyön teossa oli teoriaisuus, sillä halusin sen olevan mahdollisimman yhtenäinen liiketoimintasuunnitelmani kanssa. Lähteiden välisen keskustelun luominen oli minulle haasteellista.

Liiketoimintasuunnitelman laatiminen opetti minulle paljon yrittäjyydestä ja yrityksen perustamisesta. Querétarossa asuminen helpotti tiedonhakua ja kilpailevien yritysten ja markkinoiden hahmottamista. Uskon, että yritysideoitani olisi kysyntää ja sillä on hyvät edellytykset kannattavaksi yritykseksi. Tarkastelin Querétaroa yrittäjän silmin. Querétaro on moniulotteinen ja kasvava kaupunki, joka tarjoaa hyvät mahdollisuudet yrittäjyydelle. Liiketoimintasuunnitelman teko sai minut pohtimaan uudelleen, olenko vielä valmis yrittäjäksi näin nuorella iällä. Seuraavaksi aion kehittää ideoitani vielä lisää ja etsiä sopivan liiketilan yritykselleni. Ennen liiketilan löytymistä aion jatkaa vohveleiden myyntiä omalla asuinalueellani ja pyytää enemmän palautetta asiakkailta. Palautteiden avulla voin kehittää tuotteitani ja liikeideaa entisestään. Vaikka en heti aloittaisi yrittäjyyttä täyspäiväisesti, olen kuitenkin varma, että yrittäjyys on minua varten ja Haaga-Helian opinnot tukevat minua unelmani toteuttamisessa.

Lähteet

Aeropuerto Internacional de a Ciudad de México 2017. Flight Informacion. Luettavissa: 3.11.2017. Luettu:3.11.2017

Aeropuerto Intercontinental de Querétaro 2016. Rutas. Luettavissa: <http://www.aiq.com.mx/aerolineas.php>. Luettu:21.10.2017

BBC News 2017. Donald Trump's Mexico wall: Who is going to pay for it? Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/world-us-canada-37243269>. Luettu:9.10.2017

BrandFinance 2016. Mexico 50 2016. Luettavissa: http://brandirectory.com/league_tables/table/mexico-50-2016. Luettu:7.11.2017

Bubble Waffle 2017. Nosotros. Luettavissa: <http://www.bubblewaffle.com.mx/#nosotros>. Luettu:9.10.2017

Código Informativo 2016. Número de restaurantes en Querétaro casi se duplicó en siete años. Luettavissa: <https://codiceinformativo.com/2016/03/numero-de-restaurantes-en-queretaro-casi-se-duplico-en-siete-anos/>. Luettu:6.10.2017

El Agave 2017. Meksiko. Luettavissa: <http://www.elagave.fi/Meksiko/>. Luettu:4.10.2017

El Economista 2017. Querétaro, cuarto destino nacional preferido por viajeros. Luettavissa: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Queretaro-cuarto-destino-nacional-preferido-por-viajeros-20171004-0052.html>. Luettu:5.10.2017

El Financiero 2016. Sigue el boom de plazas comerciales en Querétaro. Luettavissa: <http://www.elfinanciero.com.mx/bajo/sigue-el-boom-de-plazas-comerciales-en-queretaro.html>. Luettu:9.10.2017

El Financiero 2015. Se fortalece la case media en Querétaro. Luettavissa: <http://www.elfinanciero.com.mx/bajo/se-fortalece-la-clase-media-en-queretaro.html>. Luettu:20.10.2017

El Universal 2016. México, octavo país preferido por turistas internacionales. Luettavissa: <http://www.eluniversalqueretaro.mx/cartera/19-07-2017/mexico-octavo-pais-preferido-por-turistas-internacionales>. Luettu:21.10.2017

Entorno Turístico 2014. Cuántos turistas nacionales y extranjeros recibe cada estado de la República Mexicana? Luettavissa: <http://www.entornoturistico.com/cuantos-turistas-nacionales-y-extranjeros-recibe-cada-estado-de-la-republica-mexicana/>. Luettu:23.11.2017

Entrepreneur 2017. 10 datos curiosos del emprendimiento en México que debes saber. Luettavissa: <https://www.entrepreneur.com/article/292067>. Luettu:7.11.2017

FINPRO 2010. Maaraoprtti Meksiko 2010. Luettavissa: <http://www.finpro.fi/documents/10304/16030/Meksikomaaraoprtti0714.pdf>. Luettu:3.10.2017

Forbes México 2016. Sector restaurantero genera 1,000 mdp en ventas. Luettavissa: <https://www.forbes.com.mx/sector-restaurantero-genera-1000-mdp-ventas/>. Luettu:6.10.2017

Forbes México 2017. Una de cada cinco empresas, víctima de corrupción en los últimos 2 años. Luettavissa: <https://www.forbes.com.mx/una-de-cada-cinco-empresas-victima-corrupcion-ultimos-2-anos/>. Luettu:20.10.2017

Forbes México 2015. México es líder de marketing en redes sociales. Luettavissa: <https://www.forbes.com.mx/mexico-es-lider-de-marketing-en-redes-sociales/>. Luettu:4.11.2017.

Globalis 2016. Meksiko. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Meksiko>. Luettu:9.10.2017

Grant, R.2008. Contemporary strategy analysis. UK: Blackwell Publishing Ltd.

Ilmoniemi, M. & Järvensivu, P. & Kyläkallio, K. & Parantainen, J. & Siikavuo, J. 2009. Uuden yrittäjän käsikirja. Talentum. Helsinki.

Industry Week. Why Is Industry in Querétaro, Mexico Growing So Quickly? Luettavissa: <http://www.industryweek.com/expansion-management/why-industry-quer-taro-mexico-growing-so-quickly>. Luettu:18.9.2017.

Instagram 2017. Habemus.donuts. Luettavissa: <https://www.instagram.com/habemus.donuts/>. Luettu:9.10.2017

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. Población. Luettavissa: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/queret/poblacion/dinamica.aspx?tema=me&e=22>. Luettu:18.9.2017.

International Living 2017. Information on Taxes in Mexico. Luettavissa: <https://internationalliving.com/countries/mexico/taxes/>. Luettu:11.10.2017

Kauppalehti 2017. Arvostettu brändi ja pysyvät arvot. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/uutinen/twATDDai>. Luettu:4.11.2017

Kauppalehti 2014. Startupeista yksi loistaa, valtaosa tuhdisti tappiolla. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/startupeista-yksi-loistaa--valtaosa-tuhdisti-tappiolla/herGRPBT>. Luettu:3.11.2017

Kauppapolitiikka 2015. Mahdollisuuksien Meksiko. Luettavissa: <https://kauppapolitiikka.fi/markkinat/mahdollisuuksien-meksiko>. Luettu:4.10.2017

Keski-Uudenmaan Uusyrityskeskus 2017. Alustava liiketoimintasuunnitelma. Luettavissa: <https://yritysstartti.fi/alustava-liiketoimintasuunnitelma>. Luettu:4.11.2017

Kielikello 2013. Kasvuyritys ja startup- yritys. Luettavissa: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2598>. Luettu:16.8.2017

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014. Mainonnan tunnistettavuus. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/markkinointi-ja-asiakassuhde/mainonnan-tunnistettavuus/> Luettu:10.10.2017

Kinkki, S. & Isokangas, J. 2009. Yrityksen perustoiminnot. WSOY. Helsinki.

Hatch, M. 2006. Organization theory: Modern, symbolic-interpretative and postmodern perspectives. New York: Oxford University Press.

Heikkilä, P. & Viljanen, R. 2000. Yritystoiminta hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. WS Bookwell, Juva.

La Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro 2017. Luettavissa: <http://www.queretaro.travel/en/visitors-guide/>. Luettu:20.10.2017

Leppänen, O. 2013. Liiketoimintasuunnitelma roskakoriin. Tammi.

Movistar 2017. Cobertura 4GLTE. Luettavissa: <http://www.movistar.com.mx/describe/mas/cobertura-4glte>. Luettu:9.10.2017

Nuoret Yrittäjät 2017. Liiketoimintasuunnitelma. Luettavissa: <https://www.nuoretyrittajat.fi/nuoretyrittajattv/liiketoimintasuunnitelma>. Luettu:4.11.2017

Opetushallitus 2014. Markkinointisuunnitelma: Toimintaympäristö. Luettavissa: <http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/toimintaymparisto.htm>. Luettu:29.5.2017

Opetushallitus 2015. Liiketoimintasuunnitelma: Yrityksen tavoitteet ja strategiat. Luettavissa: http://www04.edu.fi/liiketoimintasuunnitelma/index2.asp?mida=5&fail=yrityksen_tavoitteet_ja_strategiat.htm. Luettu:14.9.2017.

Suomen Yrittäjät 2016. Perustietoa yrittäjyydestä. Luettavissa: <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/oletko-valmis-yrittajaksi-316168>. Luettu:16.8.2017.

Teknolohiateollisuus 2014. Dramaattisia muutoksia kustannuskilpailussa. Luettavissa: <http://teknolohiateollisuus.fi/fi/ajankohtaista/teknoblogi/dramaattisia-muutoksia-kustannuskilpailussa>. Luettu:7.11.2017

Telesur 2015. Mexico's Extreme Inequality: 1% Owns Half of The Country's wealth. Luettavissa: <https://www.telesurtv.net/english/news/Mexicos-Extreme-Inequality-1-Owns-Half-of-Countrys-Wealth-20150625-0034.html>. Luettu:9.10.2017

The Offshore Group 2016. Companies Manufacturing in Queretaro, Mexico. Luettavissa: <https://insights.offshoregroup.com/queretaros-manufacturing-industry>. Luettu:11.10.2017

Trading Economics 2017. Interest rate. Luettavissa: <https://tradingeconomics.com/country-list/interest-rate>. Luettu:3.11.2017

Transparency International 2016. Corruption Perceptions Index 2016. Luettavissa: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016#table. Luettu:4.10.2017

Tripadvisor 2017. Luettavissa: <https://www.tripadvisor.com/>. Luettu:8.11.2017

Työ- ja elinkeinoministeriö 2017. Yrityksen perustaminen. Luettavissa: <https://yrityssuomi.fi/yritysidea>. Luettu:16.8.2017

UberEATS2017. How UberEATS works. Luettavissa: <https://about.ubereats.com/>. Luettu:9.10.2017

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization UNESCO 2017. México. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx>. Luettu:4.11.2017

Ulkoasiainministeriö 2014. Maatiedosto: Meksiko. <http://www.formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=40978&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu:18.9.2017

Vision of Humanity 2017. Mexico Peace Index 2017. Luettavissa: http://visionofhumanity.org/app/uploads/2017/04/MPI17_English_Report_WEB_03.04-1.pdf. Luettu:4.10.2017

Vivanuncios 2017. Locales en renta Querétaro. Luettavissa: <https://www.vivanuncios.com.mx/s-locales-comerciales/queretaro/local+en+renta/en-renta/v1c111211021q0a1srp1?si=50,60&sort=pr&order=asc>. Luettu:4.11.2017

Vuori, Matti. 2003. Yleinen yrityskonseptin malli. Luettavissa: <http://www.mattivuori.net/kehittaminen/tekorg-keh/index2-1.htm>. Luettu:28.5.2017

Panmore Institute 2017. Starbucks Coffee SWOT analysis. Luettavissa: <http://panmore.com/starbucks-coffee-swot-analysis>. Luettu:4.11.2017

Peltola, L. 2015. Liikeideasta liikkeelle. Edita. Porvoo.

Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä. WSOYpro. Helsinki.

Secretaria de Economia 2012. Pymes, motor del sector restaurantero. Luettavissa: https://www.siem.gob.mx/siem/portal/notieventos/despliega_noticia.asp?gpo=&lenguaje=&t=108&user=¬icia=6326. Luettu:6.10.2017

Small Business Trends 2016. Want To Start A Business in Mexico? Read This First. Luettavissa: <https://smallbiztrends.com/2016/11/starting-a-small-business-in-mexico-as-an-american.html>. Luettu:11.10.2017

Suomen Digimarkkinointi 2017. Sosiaalisen median kanavan valitseminen. Luettavissa: <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/sosiaalisen-median-kanavan-valitseminen>. Luettu:13.9.2017.

Yritys-Suomi 2017. Kilpailuympäristö ja markkinaselvitys. Luettavissa: <https://yrityssuomi.fi/kilpailuymparisto-ja-markkinaselvitys>. Luettu:20.10.2017

Yritys-Suomi 2017. Markkinointi. Luettavissa: <https://yrityssuomi.fi/markkinointi>. Luettu:10.10.2017

Yritys-Suomi 2017. Yrittäjyyden lähtökohdat. Luettavissa: <https://yrityssuomi.fi/yrittajyyden-lahtokohdat>. Luettu:4.11.2017

Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma



1. Yrittäjän tausta ja osaaminen

Nimi: Maria Hekkala

Ikä: 23 vuotta

Koulutus: Restonomi (2017), Ylioppilas (2013)

Työkokemus, erikoistaidot: Monipuolista työkokemusta ravintola-alalta ja asiakaspalvelutyöstä (Vastaanottovirkailija, Vohvelimyyjä joulutorilla, asiakaspalvelija Korkeasaaren ravintoloissa, Subway), kielitaito suomi, englanti, espanja. Ei kokemusta yrittäjyydestä.

Harrastukset: kuntosali, kielet, matkailu, ruuanlaitto, leipominen

Vahvuudet:	Heikkoudet:
+kielitaito	- kokemattomuus yrittäjyydestä
+työkokemus	- ei laajaa tukiverkostoa Meksikossa
+positiivisuus, elämänmyönteisyys	- malttamattomuus
+sosiaalisuus	

Yrittäjäominaisuudet: energisyys, luovuus, uuden oppiminen, innokkuus, positiivisuus, ahkeruus, riskienottokyky, paineensietokyky

Verkostot: Laaja tuttavapiiri, sosiaalisen median verkostot

2. Liikeidea

Liikeidean esittely

Vohvelikahvila Waffle n' go tarjoaa belgialaisia Liege -vohveleita sekä kylmiä ja kuumia juomia, kuten smoothieita, erikoiskahveja ja pirtelöitä. Yritys perustetaan Meksikoon Querétaron kaupunkiin. Kahvilan toiminta-ajatuksena on tarjota asiakkailleen täysin uudenlainen makuelämys, pieni pala aitoa Eurooppaa. Vastaavaa tuotetta ei saa mistään muualta Querétarosta. Tuoreen ja suussa sulavan vohvelin yhdistelmä mitä erilaisimpiin täytteisiin on monelle täysin uusi kokemus. Kahvilan kaikki tuotteet ovat valmistettu paikan päällä laadukkaista paikallisista raaka-aineista alkuperäistä belgialaista Liege-vohvelireseptiä käyttäen. Vohveleiden maukkauteen, ulkonäköön ja tuoreuteen panostetaan ja ne ovat helppo syödä paikan päällä tai ottaa mukaan. Asiakaspalvelu on erinomaista ja vohvelikahvila tarjoaa asiakkailleen maku- nautinnon, joka saa heidät palaamaan kahvilan asiakkaiksi kerta toisensa jälkeen.

Asiakkaat

Potentiaaliset asiakasryhmät ovat kaikki kauppakeskuksen asiakkaat. Vohvelit sopivat kaikille makean ystäville, jotka arvostavat tuoreutta ja laadukkaita raaka-aineita. Kahvilan potentiaaliset asiakkaat ovat kiinnostuneita eurooppalaisista jälkiruuista ja kokeilevat mielellään uusia makuja. Visuaalisesti kauniiden annoksien toivotaan vetävän puoleensa nuoria aikuisia, jotka jakavat kuviaan aktiivisesti sosiaalisessa mediassa. Toinen yrityksen pääkohderyhmistä ovat varakkaat lapsiperheet, jotka ostavat usein monta vohvelia kerrallaan koko perheelle. Yrityksellä ei ole vielä liiketilaa. Sen sijainti voi vaikuttaa merkittävästi siihen ketkä ovat vohvelikahvilan potentiaalisia asiakkaita. Tavoite on saada liiketila isosta uudesta kauppakeskuksesta, nimeltään Paseo, joka avautuu huhtikuussa 2018. Muita mahdollisia vaihtoehtoja ovat pienemmät kauppakeskukset isojen yksityisten asuinalueiden lähellä.

Tuotteet

Waffle n' go:n päätuotteena ovat makeat belgialaiset Liege -vohvelit. Vohveleiden lisäksi kahvila tarjoaa kylmiä ja kuumia juomia. Yrittäjällä on käytössään myös suomalainen vohvelirauta, mutta belgialaiset vohvelit ovat vohvelikahvilan päätuote ja suomalaisia vohveleita saatetaan myydä esimerkiksi kausituotteena. Vohvelikahvila tarjoaa pelkästään makeita vohveleita. Alustavassa menussa on viisi erilaista vohveliannosvaihtoehtoa:

1. Classic
2. Choco (Nutella)
3. Cookies and cream (Oreo)
4. Strawberry heaven
5. Bananatoffee

Lisävaihtoehtona on fantasia, johon saa valita itse kaksi täytettä. Täytteet voivat vaihdella, mutta niitä on esimerkiksi kermavaahto, Nutella, suklaahiput, vaahtokarkit, strösselit, vanilja- ja suklaajäätelö, nallekarkit, banaani, mansikka ja mustikka. Kahvila kokeilee aluksi simppeleitä

menua, mutta sitä on tulevaisuudessa helppo muokata asiakkaiden makumieltymysten mukaan. Eri sesongit otetaan huomioon ja niiden mukaan tarjotaan erikoistuotteita ja tarjouksia kuten ystävänpäivänä ja jouluna.

Vohvelikahvilan tuotteet ovat kilpailijoitaan parempia ulkonäöltään ja maultaan. Ulkonäköön panostetaan ja annoksista tehdään visuaalisesti näyttäviä kermavaahdon, eri kastikkeiden ja tomusokerin avulla. Belgialaisia Liege -vohveleita ei ole tarjolla missään querétarolaisessa kahvilassa tai ravintolassa ja niiden tarjoaminen voi tuoda yritykselle merkittävää kilpailuetua. Liege -vohvelit valmistetaan perinteisellä neliömäisellä vohveliraudalla, mutta niiden paistamisvaiheessa taikinan päälle lisätään sokeria, joka tekee vohvelin pinnasta herkullisen rapean. Vohvelit sopivat täydellisesti välipalaksi tai jälkiruuksi.

Tuotekehitys perustuu asiakkaiden tarpeiden kuuntelemiseen. Tuotteita on helppo muokata ja kehittää lukuisten eri täytteiden ansiosta. Juomatarjontaa on mahdollista laajentaa erilaisiin smoothieihin, pirtelöihin ja erikoiskahveihin. Asiakkailta on mahdollista jättää palautetta yrityksen Facebook-sivuille, sähköpostiin tai suoraan työntekijöille. Palautteet käydään tarkasti läpi ja tuotteita pyritään kehittämään niiden pohjalta.

Tuotteet on helppo ottaa mukaan tai syödä paikan päällä. Asiakaspaikkoja tulee olemaan vain noin kymmenen, mutta kauppakeskuksista usein löytyy monia paikkoja, jossa nauttia vohveleita. Takeaway – kuppeihin ja lautasiin printataan yrityksen logo.

Fyysiset tilat

Vohvelibaarilla ei ole vielä liiketoimintapaikkaa. Querétaroon avataan Meksikon suurin kauppakeskus ja se olisi ideaali toimintaympäristö vohvelibaarille isojen asiakasvirtojen ja turvallisuustekijöiden takia. Kauppakeskuksella on tarjota pieniä liiketiloja ja ”ständejä” kauppakeskuksen käytävillä. Yrityksen toimitiloiksi sopisi pieni liiketila tai iso ständi, jossa olisi muutamia asiakaspaikkoja liiketilan ulkopuolella. Myös pienemmät kauppakeskukset isojen asuinalueiden lähellä voisivat sopia hyvin yrityksen liiketilaksi, sillä niiden lähellä on usein myös kouluja ja sitä kautta potentiaalisia lapsiperheasiakkaita. Liiketila halutaan vuokrata ja vuokratbudjetti on noin 1200 euroa kuukaudessa. Vuokratbudjetti riittää ison ständin kuukausivuokraan modernissa ja vilkkaassa kauppakeskuksessa. Vuokratilan sisustus tulee olemaan tyylikäs ja hillitty. Pinnat ja materiaalit ovat kestäviä ja helppo puhdistaa. Sisustuksessa neutraalien värien lisäksi käytetään yhtä voimaväriä. Remontoinnissa ja sisustuksessa on mahdollista käyttää paikallisten yrittäjien palveluita ja teetättää esimerkiksi tiski edullisesti. Asiakaspaikkoja liiketilassa on noin kymmenen.

Asiakkaat tilaavat tuotteet tiskiltä. Menu löytyy liiketilan seinältä sekä tulostettuna versiona. Asiakkailta otetaan tilaus ja maksu vastaan ja kysytään asiakkaan nimeä. Tuotteiden valmistuksessa menee noin 2-4 minuuttia tuotteesta ja täytteistä riippuen. Vohveleita on mahdollista valmistaa neljä samaan aikaan, sillä yrityksellä on käytössä monta vohvelirautaa. Täytevaihtoehdot ovat vohvelirautojen vieressä järjestyksessä. Yrityksen tärkeimmät laitteet ovat iso jääkaappi, vohveliraudat sekä kassakone. Valmiit tuotteet haetaan tiskin lopusta omaa nimeä vastaan.

Aukioloajat

Vohvelibaari on auki kauppakeskuksen aukioloaikojen mukaan vuoden ympäri.

Hinnoittelu

Hintataso kahvilassa on keskitasoa. Alhaisten raaka-ainekustannusten avulla tuotteisiin saadaan korkea kate, mutta kallis vuokra pakottaa yrityksen nostamaan hintojaan. Vohvelit makavat täytteenä noin 50 pesoa, joka on euroissa 2,50 euroa. Yhden vohvelin valmistuskulut ilman täytteitä on noin 3 pesoa eli 0,15 euroa. Kauppakeskuksissa asioivat henkilöt ovat usein valmiita maksamaan hieman korkeampaa hintaa kuin kauppakeskuksen ulkopuolella. Hintalaatusuhde on kohdillaan, sillä vohveleissa on käytetty laadukkaita raaka-aineita ja niitä ei saa mistään muualta Querétarosta. Vohveleiden hintaa on mahdollista testata liiketoiminnan alussa. 50 peson hinta on varsin edullinen, ja sitä on mahdollista nostaa tulevaisuudessa. Edulliset hinnat houkuttelevat potentiaalisia asiakkaita kokeilemaan uutta tuotetta. Houkuttelevat tarjoukset, kuten tiistaisin kaksi yhden hinnalla, voivat lisätä yrityksen myyntiä huomattavasti.

Henkilökunta

Omistajan lisäksi vohvelibaarissa on töissä ainakin kaksi muuta työntekijää. Molemmilla palkatuilla henkilöillä tulee olla kokemusta asiakaspalvelusta. Rekrytoinnissa kiinnitetään erityisesti huomiota palkattavan henkilön asenteeseen ja motivoituneisuuteen työtä kohtaan. Omistaja haluaa tarjota työpaikkoja muille Meksikoon muuttaneille eurooppalaisille, joilla on haasteita löytää työpaikkaa. Uudet työntekijät perehdytetään huolellisesti työtehtäviin. Aamuvuoroissa on yksi työntekijä ja iltavuoroissa vähintään kaksi. Yrityksen kilpailijoiden työntekijöiden määrä on sama. Toinen työntekijä valmistaa vohveleita ja juomia ja toinen työntekijä on kassalla palvelemassa. Omistaja tekee samoja työtehtäviä kuin muut työntekijät, mutta ostaa myös raaka-aineet ja hoitaa yrityksen sosiaalisen median markkinointia ja vastaa asiakaspalautteisiin.

Vohvelibaarin yksi markkinointikeinoista on sen henkilökunta. Eurooppalaiset työntekijät vahvistavat belgialaisen jälkiruokapaikan imagoa ja tekevät siitä uskottavamman. Työntekijät puhuvat vähintään englantia ja mahdollisesti myös espanjaa. Henkilökunta on ammattitaitoinen, hymyileväinen, energinen ja osaava. Henkilökunnan työasut ovat esitettynä liiketoimintasuunnitelman liitteissä. Kahvilan asiakaspalvelu tulee olemaan ensiluokkaista ja asiakkaita ja heidän toiveitaan kuunnellaan tarkasti. Henkilökunta sitoutuu palvelemaan asiakkaita positiivisella ja reippaalla asenteella. Puhelimien käyttö työpaikalla on kiellettyä.

Henkilökunta rekrytoidaan LinkedInin kautta. Vaatimukset ovat englannin ja espanjankielen taito, aikaisempi asiakaspalvelukokemus, joustavuus ja positiivinen asenne. Työntekijöitä on myös mahdollista rekrytoida ystävien ja tuttujen kautta, jotka tuntevat muita Euroopasta Meksikoon muuttaneita työttömiä työnhakijoita.

3. Strategia

Yrityksen visio

Yrityksen visio on, että kahvilasta tulisi tunnettu ja arvostettu yritys, jolla on vakiintunut asiakaskunta. Yritys on kannattava ja luo työpaikkoja muille Meksikoon muuttaneille ulkomaalaisille. Erinomainen palvelu ja herkulliset tuotteet saavat asiakkaat palaamaan uudelleen, ja ker tomaan kahvilasta myös ystävilleen. Erinomainen ja yksilöllinen asiakaspalvelu on yksi yrityksen tärkeistä arvoista ja se on vahva osa kahvilan jokapäiväistä toimintaa ja on yksi yrityksen parhaimmista kilpailukeinoista. Kahvila saa paljon asiakkaita aktiivisen sosiaalisen median markkinoinnin avulla. Tulevaisuudessa yrityksellä on mahdollisuus laajentua ja avata lisää toimipisteitä. Yritys kuuntelee aktiivisesti asiakkaidensa toiveita ja päivittää tarjontaansa sen mukaan.

Arvot

Yrityksen arvoja ovat vastuullisuus, tehokkuus ja luotettavuus. Asiakaspalvelu on nopeaa ja tehokasta. Työpaikalla on hyvä työilmapiiri ja töihin on mukava tulla. Yritykseen voi luottaa ja se ottaa vastuun teoistaan. Työntekijöitä kohdellaan hyvin ja reilusti. Ympäristöä kunnioitetaan ja pyritään mahdollisimman luontoystävällisiin ratkaisuihin. Tulevaisuudessa yritys on mielellään mukana hyväntekeväisyysprojekteissa.

Tavoitteet

Erottuminen kilpailijoista laadulla ja asiakaslähtöisyydellä

Tytytyväiset asiakkaat, kanta-asiakassuhteiden luominen

Liikevaihdon kasvu

Kannattava, pitkäikäinen ja varavakainen yritys

4. Kilpailijat ja markkinat

Yritys tullaan perustamaan Meksikoon, Querétaron kaupunkiin. Ideaalisin toimintapaikka yritykselle olisi isossa kauppakeskuksessa, jossa olisi turvallista ja suuret asiakasvirrat. Alueelle valmistuu kevään 2018 aikana Meksikon suurin kauppakeskus nimeltä ”Paseo”. Kauppakeskukseen avataan iso alue erilaisille ravintoloille ja kahviloille.

Querétarossa on todella paljon erilaisia ravintoloita ja kahviloita, mutta belgialaisia Liege vohveleita ei ole markkinoilla. Samankaltaisia tuotteita kuten pannukakkuja on tarjolla monissa eri paikoissa. Kahvilan kilpailijat eivät välttämättä tarjoile samaa tuotetta, mutta kauppakeskuksen muut kahvilat ja jälkiruokapaikat kilpailevat samoista asiakkaista. Vohvelikahvila erottuu kilpailijoistaan muun muassa erityisillä tuotteillaan, asiakaspalvelullaan ja palvelun riipyydellä. Tripadvisorin mukaan Querétarossa on 59 kahvilaa. Alueella toimii myös muutamia isoja kahvilaketjuja kuten Starbucks, Italian Coffee Company sekä Cielito Querido Café.

Yrityksen isoimmat kilpailijat ovat vohveleita tarjoavat yritykset Waffle in Peace and Love, Bubble Waffle ja Waffles & Coffee Querétaro. Bubble Waffle on ainut ketjuyritys, jolla on monia toimipaikkoja toisissa kaupungeissa. Kilpailevien yritysten hinnat ovat noin 40 -80 pesoa eli 2-4 euroa. Jokaisella yrityksellä on omat vahvuutensa ja heikkoutensa. Waffle in Peace and Love vohvelikahvila on toiminut jo pitkään Querétaron keskustassa. Heillä on monipuolinen menu ja näyttävät annokset. Palvelu on kuitenkin hidasta ja vohvelien maku ei ole paras mahdollinen. Bubble Waffle on uusi yritys Querétarossa. He tarjoavat kuplavohveleita erilaisilla täytteillä. Idea on hyvä, mutta vohveleiden valmistaminen on hidasta ja jonotusajat voivat käydä pitkiksi. Waffles & Coffee Querétaro on myös toiminut jo pitkään. Heillä on monipuolinen vohvelimenu ja laajat aukioloajat. Yrityksen heikkouksia ovat sekava markkinointi, vohveleiden ulkonäkö, nettisivujen toimimattomuus ja parkkipaikkojen vähyys.

Yrityksen isoimmat kilpailijat

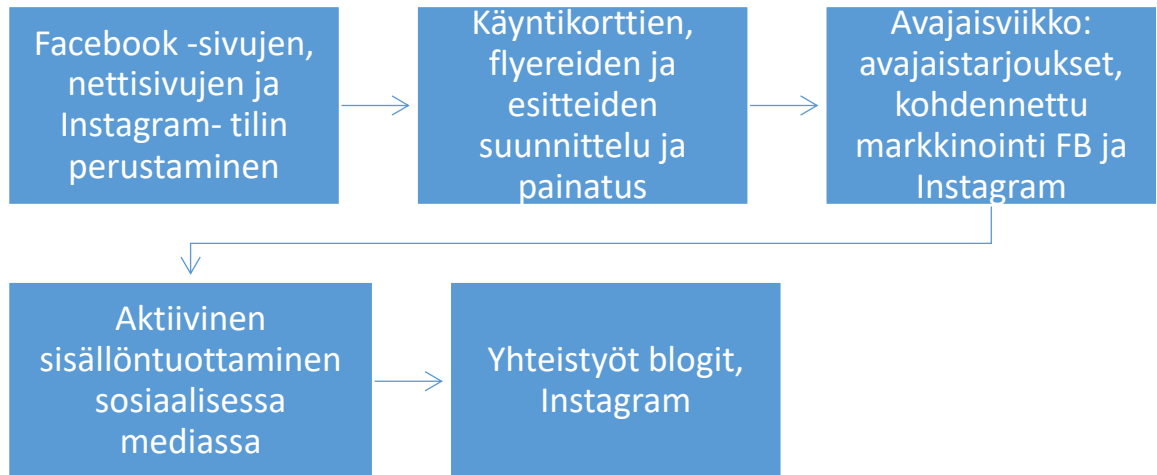
Waffle in Peace and Love	Bubble Waffle	Waffles & Coffee Querétaro
<ul style="list-style-type: none"> + Hyvällä paikalla keskustassa + Isot tilat + Monipuolinen menu + näyttävät annokset + Toiminut pitkään 	<ul style="list-style-type: none"> + uusi, mielenkiintoinen konsepti + hyvällä paikalla Uptown kauppakeskuksessa +asiakaspalvelu + mieleenpainuva nimi 	<ul style="list-style-type: none"> + monipuolinen menu + paljon seuraajia sosiaalisessa mediassa + auki aamusta iltaan
<ul style="list-style-type: none"> -mauton taikina -hidas palvelu - hippiteema ei kaikkien asiakkaiden mieleen - pitkä nimi 	<ul style="list-style-type: none"> -mauton taikina -yksipuoliset täytévaihtoehdot -epäselvä menu -hidas valmistaa -aikoo avata uusia toimipaikkoja 	<ul style="list-style-type: none"> - sekava markkinointi - vohveleiden ulkonäkö - nettisivut ei toimi - ei riittävästi parkkipaikkoja

5. Markkinointi

Yritys keskittyy markkinoinnissaan erityisesti sosiaaliseen mediaan ja digitaaliseen markkinointiin. Yrityksen markkinointibudjetti on pieni. Markkinoinnin ydinviesti on tuoda uusi ja trendikäs eurooppalainen jälkiruoka potentiaalisten asiakkaiden tietoisuuteen ja saada heidät innostumaan maistamaan uutta tuotetta. Kuvilla on suuri merkitys yrityksen markkinoinnissa ja siksi tuotteista otetaan mainoskuvat ennen liikkeen avajaisia.

Yrityksen perustamisvaiheessa yritykselle luodaan profiilit Facebookiin, Instagramiin sekä Tripadvisoriin. Facebookissa ja Instagramissa tullaan käyttämään kohdennettua markkinointia. Mainokset on mahdollista kohdentaa tietyille ihmisryhmälle esimerkiksi asuinpaikan, sukupuolen ja iän mukaan. Yrityksen internetsivut tehdään itse ja sieltä löytyy vohvelikahvilan aukioloajat, menu sekä kuvagalleria. Tuotteiden takeaway pakkauksiin printataan yrityksen nimi. Ennen yrityksen perustamista luodaan somesuunnitelma, jossa kerrotaan millaista sisältöä yritys tuottaa sosiaalisessa mediassa. Vohvelikahvila tulee tekemään yhteistyötä paikallisten blogien kirjoittajien ja suosittujen sosiaalisen median käyttäjien kanssa kutsumalla heidät syömään kahvilaan ilmaiseksi somenäkyvyyttä vastaan.

Facebook <ul style="list-style-type: none"> • yrityksen omat Facebook sivut -> yhteystiedot, tarjoukset, kuvat, videot • mainokset Facebook-ryhmissä: Querétaron aktiiviset ryhmät • Facebook kohdennettumarkkinointi • 1000 tykkäystä sivustolle ensimmäisen vuoden aikana 	Instagram <ul style="list-style-type: none"> • yrityksen oma tili ->yhteystiedot, kuvat, videot, tarjoukset • yhteistyöt • Instagram markkinointi • 1000 seuraajaa ensimmäisen vuoden aikana
Tripadvisor <ul style="list-style-type: none"> • arvostelut, sijoitukset, yhteystiedot • sijaintitiedot • Top 10 Querétaron kahviloiden joukkoon ensimmäisen vuoden aikana 	Yhteistyöt <ul style="list-style-type: none"> • paikalliset bloggarit • Instagram • Youtube
Nettisivut <ul style="list-style-type: none"> • tehdään itse 	Takeaway <ul style="list-style-type: none"> • logon printtaus takeaway tuotteisiin
Käyntikortit <ul style="list-style-type: none"> • asiakkaille • yhteistyökumppaneille • sidosryhmille 	Tapahtumat <ul style="list-style-type: none"> • ruokafestarit • kansainväliset markkinat
Puskaradio <ul style="list-style-type: none"> • ystävät, tutut 	Flyerit, esitteet



Noin kaksi viikkoa ennen vohvelikahvilan avajaisia yritykselle avataan omat sosiaalisen median kanavat. Tässä vaiheessa liiketila on jo sisustettu, henkilökunta koulutettu ja tuotteet testattu. Samaan aikaan painatetaan yrityksen flyerit, esitteet ja käyntikortit. Avajaisviikon aikana Facebookissa ja Instagramissa tehdään kohdennettua markkinointia potentiaalisille asiakasryhmille iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan. Kahvilan liiketoiminnan aloituksen jälkeen yritys jatkaa aktiivista sisällöntuottamista sosiaalisessa mediassa ja tekee yhteistyötä eri Instagram käyttäjien kanssa.

Instagram yhteistyökumppaniesimerkkejä

- foodqro 14 100 seuraajaa
- pasatiempqro 25 800 seuraajaa
- anfetas 18 700 seuraajaa
- reporteqro 41 800 seuraajaa

6. Talouslaskelmat

Talouslaskemien osuus liiketoimintasuunnitelmassa on pieni, sillä aloittavalla yrityksellä ei ole vielä liiketilaa. Liiketilän kuukausivuokra, remontin tarve ja sijainti tulee määrittelemään tarkemmin tuotteiden hintatason sekä esimerkiksi työntekijöiden lukumäärän. Liiketilän löytymisen jälkeen talouslaskelmia on helppo tarkentaa ja saada niistä mahdollisimman paikkansapitävät.

Raaka-aine kustannukset

Taikina 10kpl vohveleita

Maito 2dl	0,18e
Hiiva 10g	0,16e
Jauho 4dl	0,25e
Muna 2kpl	0,14e
Sokeri 3dl	0,38e
Voi 150g	0,57e
Yht.	1,68e

10 kpl vohvelin taikina maksaa 1,68e eli yhden vohvelin valmistukselle ilman täytteitä tulee hintaa noin 0,17e. Meksikossa kyseiset elintarvikkeet ovat todella edullisia ja tuotteille on mahdollista saada hyvät katteet. Vohvelin lopullinen raaka-ainekustannushinta määrittyy sen mukaan, mitä täytteitä asiakas valitsee vohveliinsa. Talouslaskelmat on laskettu euroissa, mutta raaka-aineiden hinnat ovat verollisia Meksikon hintatasolla. Raaka-aineiden hinnat laskevat entisestään isoja määriä ostamalla.

Rahan tarve			Rahan lähteet	
Investoinnit			Oma pääoma	
Perustamismenot	350		Oma sijoitus	8150
Toimitilojen remontointi	400			
Tuotantokoneet ja laitteet	1000			
Kalusteet	300			
Toimistotarvikkeet	50			
Käyttöpääoma				
Kulut ennen aloittamista				
Alkumarkkinointi/esitteet	200			
Takuuvuokra	1200			
Ensimmäisten kuukausien kulut				
Vuokrat	1200			
Työntekijöiden palkat	1000			
Oma palkka	1000			
Markkinointi	100			
Vesi, sähkö	300			
Puhelin	50			
Lainojen lyhennykset	100			
Vakuutukset	200			
Vaihto ja rahoitusomaisuus				
Alkuvarasto	200			
Käteisvarat	500			
Yhteensä	8150		Yhteensä	8150

Rahan tarve on laskettu euroissa ja summat ovat arvioita. Alkuinvestointeja yritykselle tulee yrityksen perustamisesta, toimitilojen sisustamisesta ja mahdollisesta remontoinnista, vohvelirautojen ja muiden koneiden ostamisesta, kalusteista sekä toimistotarvikkeista, kuten kassasta ja kortinlukulaitteesta. Kulut ennen yritystoiminnan aloittamista ovat lähinnä alkumarkkinointia sosiaalisessa mediassa sekä liiketilan takuuvuokra. Liiketoiminnan aloitettua yritykselle tulee monia erilaisia kuluja kuten vuokra, työntekijöiden ja yrittäjän palkat, markkinointi, vesi ja sähkö, puhelinmaksu sekä mahdolliset vakuutukset. Alkuvarastoa ostetaan noin 200 euron edestä, joka koostuu lähinnä vohveleiden raaka-aineista ja täytteistä. Käteisvaroja varataan noin 500 euron edestä. Rahan lähteet tulevat yrittäjän omista säästöistä.

7. SWOT -analyysi

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none">+ Henkilökunta, asiakaspalvelu+ Somemarkkinointi+ Esillepano+ Kokemus+ Laatu+ Sijainti+ Spesiaalityö+ kokemus	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- oma jaksaminen- kielitaito- kulttuurierot- työntekijöiden löytäminen- meksikolaisten ostokäyttäytymisen tunteminen- kokemattomuus yrittäjyydestä
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none">+ trendien seuranta+ työpaikkojen luominen expateille+ palvelujen laajentaminen+ elämykset asiakkaille+ kasvava kaupunki+ uusien toimipisteiden avaaminen	Uhat <ul style="list-style-type: none">-kilpailijat, matkijat- heikot asiakasvirrat -> uusi tuote, uskaltaako kokeilla- turvallisuustilanne- Meksikon korruptio-velkaantuminen

Liitteet

WAFFLE 'N GO



Belgialaiset vohvelit

Valmistusaika 1 tunti • Paistoaika 2min • 10 annosta

Ainesosat

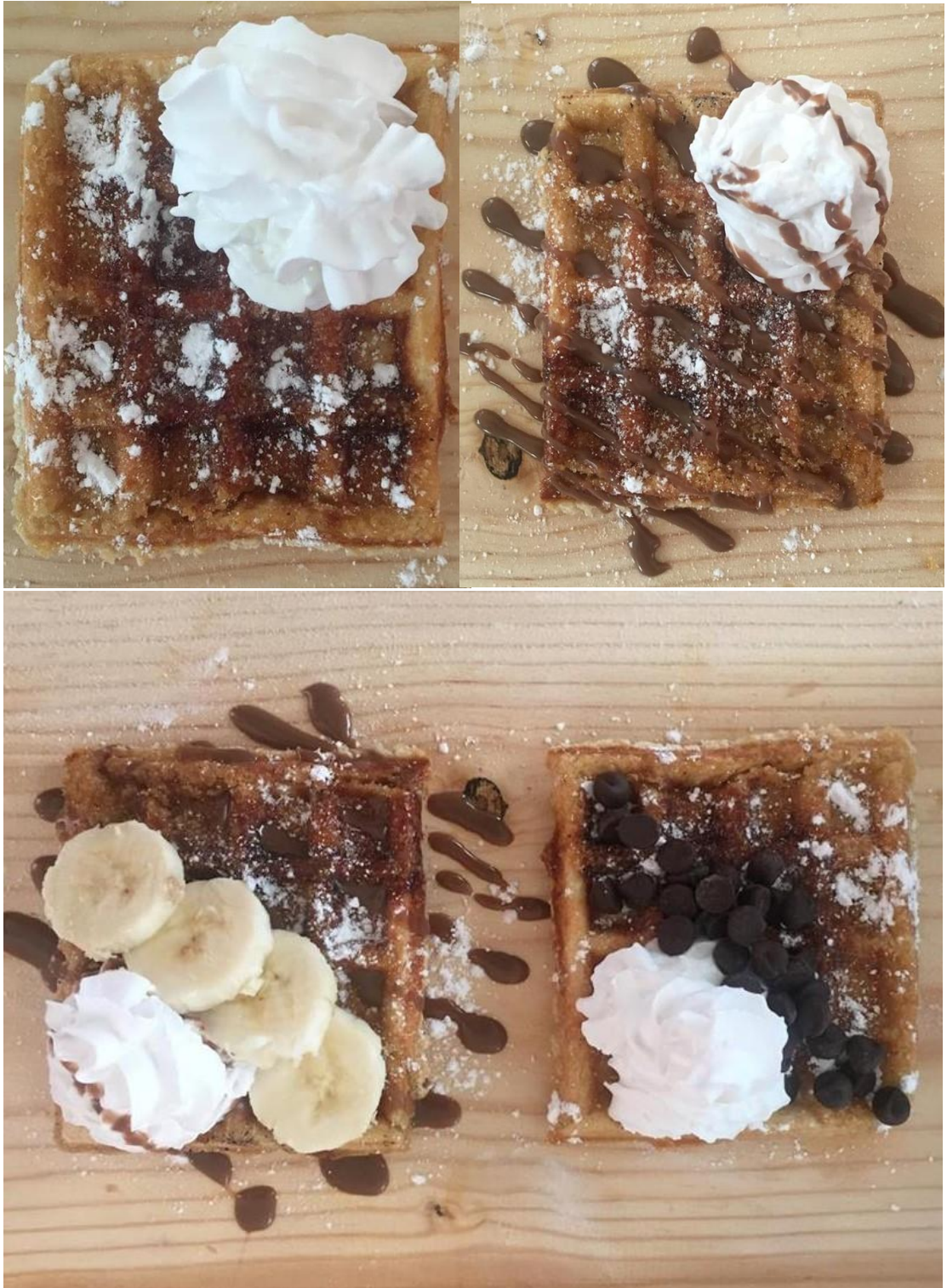
2 dl maitoa	Täytteeksi:
2,5 rkl kuivahiivaa	kermavaahto
4 dl vehnä jauhoja	vanilijäätelö
2 kananmunaa	Nutella
6 rkl tummaa sokeria	hedelmät
1 tl suolaa	marjat

Ohjeet

- 1 Lämmitä maito mikrossa kädenlämpöiseksi ja lisää kuivahiiva.
- 2 Lisää seokseen vehnä jauho, kananmunat, tumma sokeri, suola ja huoneenlämpöinen voi. Sekoita.
- 3 Peitä taikina liinalla ja anna kohota noin tunti.
- 4 Tee taikinasta pieniä nokareita ja paista ne vohvelirauhalla noin 2 min. Ennen paistamista lisää taikinan päälle tummaa sokeria, jotta vohvelin pinta karamellisoituu.



Liite 3. Esimerkkiannoksia



Kuva 1. Classic. Kuva 2. Choco. Kuva 3. Bananatoffee ja Classic suklaahipuilla

Liite 4. Esimerkki työasusta

